Guida illustrata ALLA MULTIFUNZIONALITÀ

Vita in CAMPAGNA

10

2005

AGRITURISMO - BED & BREAKFAST - VENDITA DIRETTA - FATTORIE: DIDATTICHE, APERTE, DEL GUSTO, SOCIALI - ESCURSIONISMO - CICLOTURISMO - IPPOTURISMO

Poste Italiane s.p.a. - Sped. in A.P. - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n° 46) art. 1, comma 1, DCB Verona - Contiene I.P.

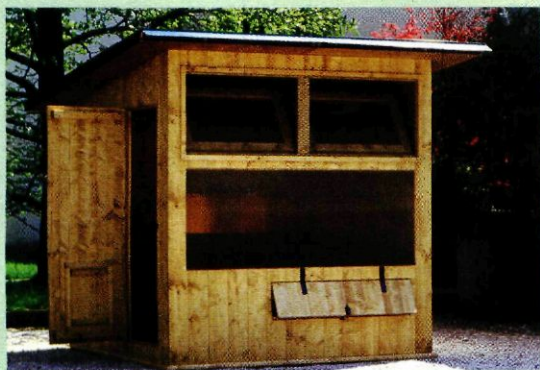
771120 310058

SUPPLEMENTO N. 1 AL N. 10 DI VITA IN CAMPAGNA - CASELLA POSTALE 467 - 37100 VERONA - OTTOBRE 2005 - ANNO XXIII - ISSN 1120-3005 - MENSILE - UNA COPIA € 3,00

Recinzioni

Victoria

Victoria è la soluzione funzionale ed economica proposta da **Terenziani** per realizzare recinti di qualsiasi dimensione per l'allevamento di tutti gli animali da cortile che, all'occasione, si rivela utilissima anche per recintare e delimitare determinate aree della proprietà, ad esempio alcune zone del giardino e dell'orto. Il sistema è costituito da pannelli modulari che possono essere installati e rimossi più volte, per modificare in qualsiasi momento la configurazione precedentemente predisposta. **Victoria** è pratica, perchè si installa con estrema facilità e con poca fatica, senza l'ausilio di particolare attrezzatura, utilizzando solamente un martello o una mazza battipalo.
Victoria risponde al meglio ai bisogni dell'allevatore e al benessere e protezione degli animali. Due le misure disponibili: altezza 118 cm altezza 236 cm. Completano la fornitura, se richiesti: mangiatoie, abbeveratoi, nidi e ricoveri.

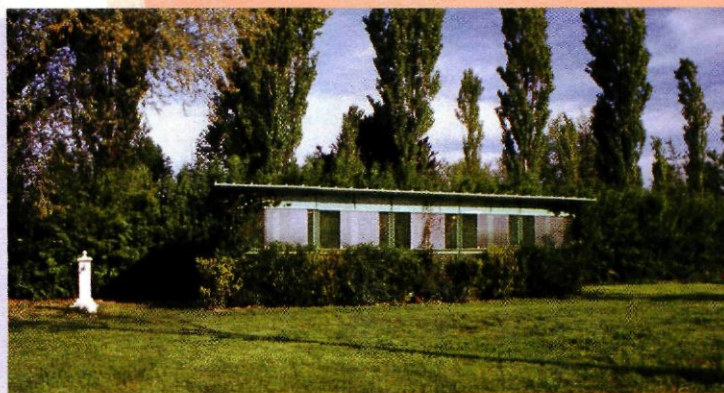
Pollai

Corelli - il pollaio in legno

Costruito in abete nordico trattato per la protezione, di misura 198x202x214/182 cm oppure 400x202x214/182 cm
La parete frontale ha una grande superficie in policarbonato alveolare per il passaggio della luce, ma coibentata per il freddo e munita di due finestre apribili a vasistas. Sulla parete laterale si trova la porta di accesso uomo, dotata di un'ulteriore apertura con scaletta per l'acceso delle galline, richiudibile all'occorrenza; Sulla parete posteriore sono alloggiati un doppio nido cm 105x50x40, l'abbeveratoio automatico, la mangiatoia a tramoggia e le foraggiera.

Voliere modulari

Paganini

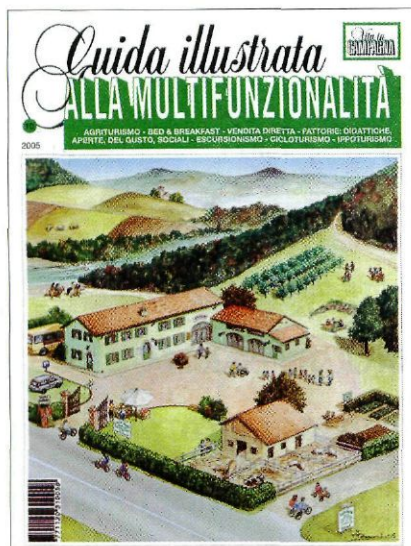
voliera modulare per fringillidi e silvani, ma anche per animali da cortile.

Composizione a più box da cm 80x240x240.
I singoli box misurano cm 80x160 h. cm 240 con corridoio di accesso da cm 80.

Prodotti speciali

Monteverdi

Impareggiabile! Per forma, dimensione e design, di forte impatto coreografico. Specialmente se allestita con soggetti appropriati e collocata in parchi o giardini offre all'osservatore emozioni e stupori unici!

Voliera ottagonale irregolare a struttura portante adatta per una molteplicità di animali.
Dimensioni: base cm 650x340 e altezza cm 270

Realizzabile in dimensioni differenti in funzione del bisogno. Disponibile una versione a 16 lati di forma regolare.

Gli orientamenti della politica agricola comunitaria incoraggiano le piccole aziende agricole a svolgere nuove attività di tipo sociale, culturale, ricreativo, ecc. che offrono interessanti opportunità di integrazione del reddito agricolo. Questo indirizzo si chiama «multifunzionalità» e ne parliamo approfonditamente in questa Guida dedicata a coloro che vogliono tentare di percorrere nuove strade.
Disegno di Albano Moscardo

VITA IN CAMPAGNA
Mensile di agricoltura part-time con la maggior diffusione pagata in Italia (certificazione ADS)

Direttore Responsabile: Alberto Rizzotti
Vice Direttore: Giorgio Vincenzi
Redattori: Giuseppe Cipriani, Silvio Caltran
Redazione: Via Bencivenga/Biondani, 16 - 37133 Verona
Tel. 045 8057511 - Fax 045 8009240
E-mail: vitaincampagna@vitaincampagna.it
Internet: www.vitaincampagna.it
Editore: Edizioni L'Informatore Agrario spa - Via Bencivenga/Biondani, 16 - 37133 Verona
Presidente: Alberto Rizzotti
Vice Presidente: Elena Rizzotti
Amministratori delegati: Elena Rizzotti - Pier Giorgio Ruggiero
Direttore editoriale: Giovanni Rizzotti
Direttore commerciale: Luciano Grilli
Abbonamenti: C. P. 467 - 37100 Verona - Tel. 045 8009480 - Fax 045 8012980
E-mail: abbonamenti@vitaincampagna.it
Abbonamento annuale 2005: Italia euro 35,50; Estero euro 53,00. Sono previste speciali quote di abbonamento per studenti di ogni ordine e grado
Una copia euro 4,00 (arretrata il doppio, per gli abbonati euro 6,00) più spese postali
Conto corrente postale n. 11024379
Pubblicità: Via Bencivenga/Biondani, 16 - 37133 Verona
Tel. 045 8057511 - Fax 045 8009378
E-mail: pubblicita@vitaincampagna.it
Stampa: Mediagraf spa - Noventa Padovana
Registrazione Tribunale Verona n. 552 del 3-11-1982 - Sped. in A.P. - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n° 46) art. 1, comma 1, DCB Verona - Contiene I.P.
 - ISSN 1120-3005

Accertamento Diffusione Stampa
Certificato n. 5228 del 4/12/2004

Vita in Campagna non è in vendita nelle edicole, viene inviata solo su abbonamento

Guida illustrata alla multifunzionalità dell'azienda agricola

a cura di:
Giorgio Lo Surdo: agriturismo - «Bed & Breakfast» - vendita diretta
Marco Boschetti: fattorie didattiche - fattorie del gusto - fattorie aperte - escursionismo - cicloturismo - ippoturismo - fattorie sociali

Secondo i dati recentemente pubblicati dall'Istituto nazionale di statistica (Istat) su 1.960.316 aziende agricole presenti in Italia nel 2003, 674.851 sono aziende di piccolissima dimensione, fino ad 1 ettaro di superficie agricola utilizzata. Le aziende con una superficie da 1 a 5 ettari sono invece 803.149 nel 2003 ed erano 921.883 nel 2000; fra le aziende di questa classe di superficie si è quindi assistito ad un calo del 12,8%. Fra i tanti motivi di questa riduzione vi è la generale contrazione dei redditi agricoli che perdura ormai da oltre un decennio e che ha messo in crisi le piccole aziende, impossibilitate ad affrontare i pesanti investimenti economici necessari per poter rimanere sul mercato.
A molte di queste piccole imprese agricole si pone quindi il problema di integrare il reddito derivante dalle colture e dagli allevamenti. Una possibilità è quella offerta dal part-time, assai diffuso in Italia, dove molte persone di estrazione agricola svolgono un altro lavoro mantenendo la gestione della piccola azienda di famiglia.
Ma oggi un'altra strada è percorribile, si chiama **multifunzionalità** e comprende tutte le attività che conferiscono all'agricoltura nuove funzioni di tipo culturale, sociale, ricreativo: dall'agriturismo al «Bed & Breakfast», dalla vendita diretta alle attività di fattoria didattica, fattoria del gusto, fattoria aperta e fattoria sociale, fino ai servizi che è possibile offrire agli appassionati di escursioni ambientali, della bicicletta e del cavallo. Funzioni che consentono di integrare il reddito agricolo e restituiscono alla piccola azienda agraria la dignità che merita collocandola alla pari di qualsiasi altra impresa economica nel settore dei servizi. *(Redazione)*

Questa Guida esce come supplemento del mensile «Vita in Campagna» n. 10/2005
La tiratura del presente numero è stata di 82.500 copie

Multifunzionalità, ovvero le attività che possono dare un reddito integrativo alle coltivazioni e agli allevamenti

Con la parola multifunzionalità si intendono tutte le attivita poste in essere dall'agricoltore diverse da quelle tradizionali derivanti dalla coltivazione di piante da frutto, dalle colture erbacee (cereali, soia, barbabietola, ecc.) e orticole e dall'allevamento degli animali domestici.

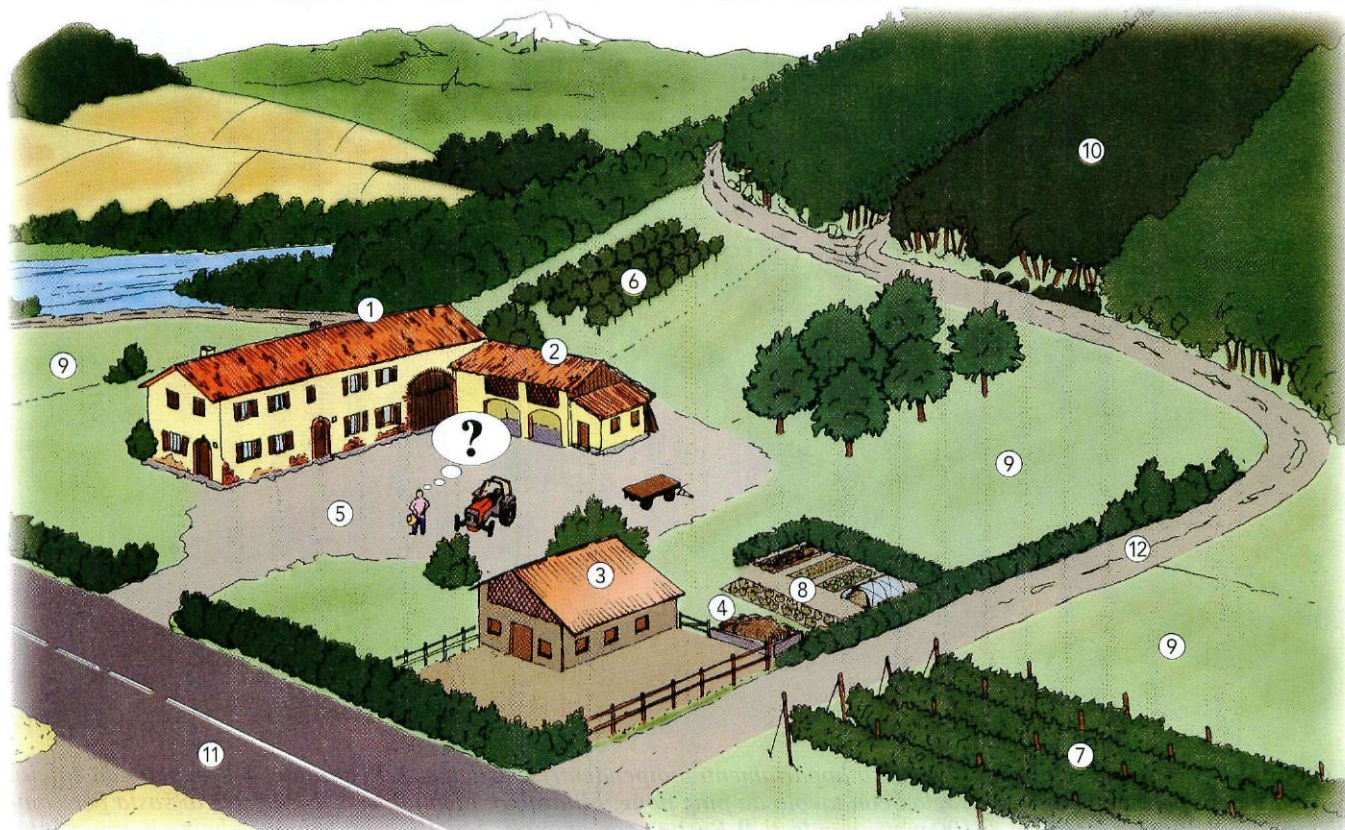
Lo scopo primario è quello, in un momento di crisi del settore, di integrare il reddito dell'azienda agricola, sia essa grande o piccola (come quella dei nostri abbonati). Un altro obiettivo è quello di salvaguardare l'occupazione delle persone che lavorano in azienda attraverso lo sviluppo di nuove attività pur collegate all'attività principale dell'azienda stessa.

Molte sono le attività che possono rientrare in questa nuova visione dell'azienda agricola (detta multifunzionale) tra le quali vogliamo segnalarvi l'agriturismo, il «Bed & Breakfast», le fattorie didattiche, aperte, del gusto e sociali, l'escursionismo, il cicloturismo, l'ippoturismo; tutte oggetto di trattazione di questa Guida illustrata.

Queste attività conferiscono all'agricoltura nuove funzioni, di tipo culturale, sociale, ricreativo e di conservazione del paesaggio e dell'ambiente, fortemente volute dall'Unione europea, che in più occasioni ha sottolineato l'importanza della multifunzionalità in agricoltura.

Il ruolo multifunzionale dell'agricoltura ha trovato riscontro in Italia nell'emananzione del Decreto legislativo n. 228, del 18 maggio 2001 (pubblicato sulla *Gazzetta Ufficiale* n. 137 del 15 giugno 2001 - Suppl. ordinario n. 149), che all'art. 1 ha ridisegnato ex novo la figura dell'imprenditore agricolo di cui all'articolo 2135 del codice civile, e la configurazione giuridica e funzionale dell'azienda agricola ampliando, come già detto, lo spettro delle attività che si possono definire agricole.

L'articolo 3 del Decreto legislativo 228/2001 ha ampliato, in particolare, il campo di azione dell'agriturismo. L'articolo 3, infatti, recita «*Rientrano fra le attività agrituristiche di cui alla legge 5 dicembre 1985, n. 730, ancorché svolte all'esterno dei beni fondiari nella disponibilità dell'impresa, l'organizzazione di attività ricreative, culturali e didattiche, di pratica sportiva, escursionistiche e di ippoturismo finalizzate ad una migliore fruizione e conoscenza del territorio, nonché la degustazione dei prodotti aziendali...*». ❑

Esempio di piccola azienda agricola che il proprietario vuole adattare ad una o più attività integrative fra quelle descritte in questa Guida

Legenda. 1-*Abitazione.* **2**-*Portico-rimessa per le attrezzature agricole.* **3**-*Stalla.* **4**-*Concimaia.* **5**-*Cortile.* **6**-*Frutteto.* **7**-*Vigneto.* **8**-*Orto.* **9**-*Seminativo.* **10**-*Bosco.* **11**-*Strada pubblica (statale, provinciale o comunale).* **12**-*Strada poderale*

L'attività agrituristica è ormai una realtà e rende più solide le piccole aziende agricole

L'attività agrituristica comprende una serie di servizi che l'azienda agricola offre ad ospiti paganti, finalizzati a tradurre in richiamo turistico tutte le risorse proprie dell'attività agricola primaria (coltivazione, allevamento, silvicoltura) e dell'ambiente in cui essa si svolge.

Per questo l'attività agrituristica costituisce una particolare forma di accoglienza che la legge stabilisce debba essere connessa all'attività agricola, e, come tale, ai sensi dell'articolo 2135 del Codice civile, da considerare, sia pure per connessione, attività agricola essa stessa.

L'articolo 2135 del Codice Civile infatti considera attività «connesse» all'agricoltura «le attività di valorizzazione del territorio e del patrimonio rurale e forestale, ovvero di ricezione ed ospitalità come definite dalla legge».

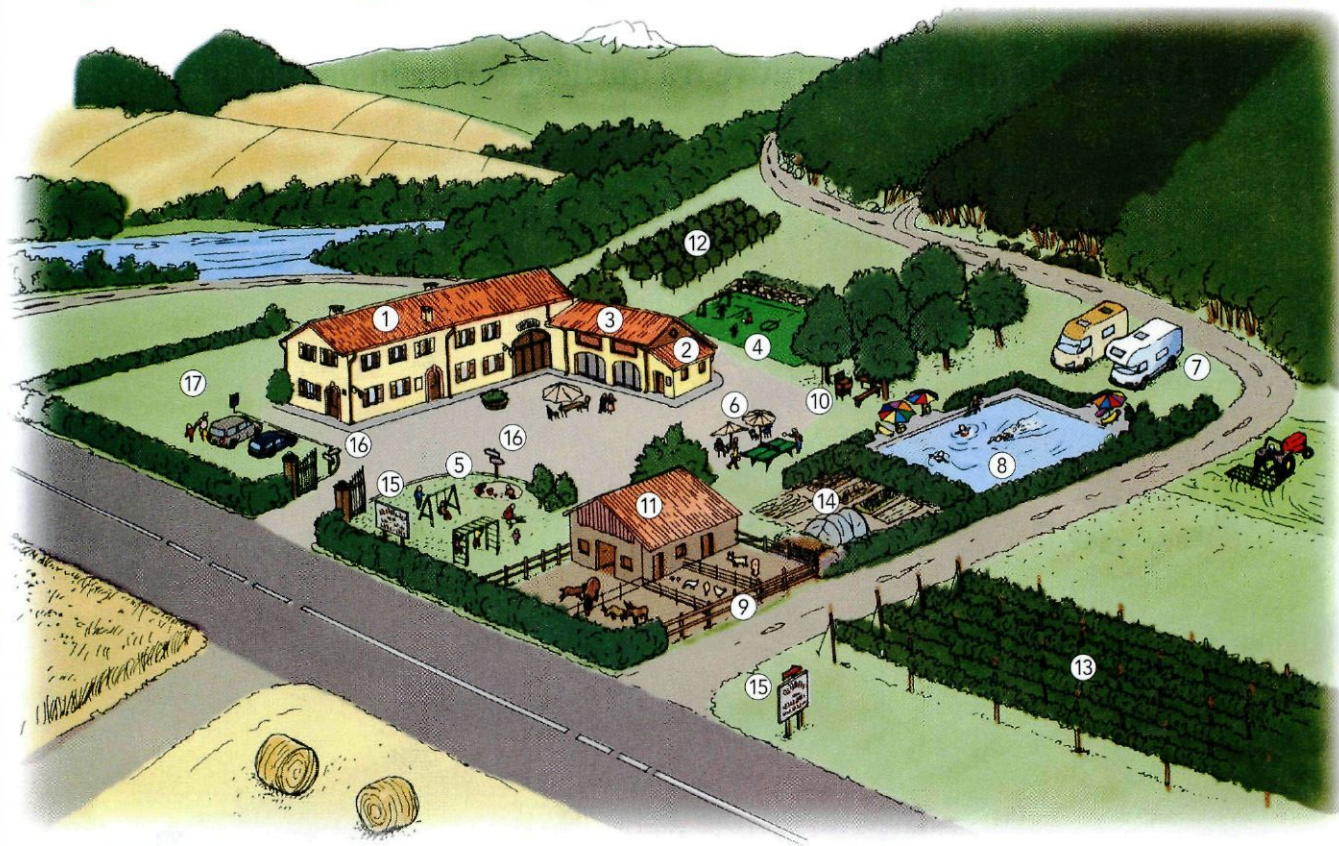
Un'importante fonte di reddito per molte piccole aziende

L'agriturismo costituisce una fonte di reddito sia diretta che indiretta, per i miglioramenti che l'organizzazione dei servizi determina nello svolgimento dell'attività agricola e nella gestione dell'azienda

L'agriturismo è disciplinato da leggi regionali che, partendo dai principi generali enunciati dalla legge-quadro statale (Legge 5 dicembre 1985, n. 730, pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* n. 295 del 16-12-1985), indicano alle aziende agricole i criteri e i limiti entro cui i servizi di accoglienza possono realizzarsi. L'obiettivo del quadro normativo che regola le attività agrituristiche è di fare in modo che l'ospitalità costituisca una fonte di reddito per l'azienda agricola, sia diretta (per il corrispettivo che l'ospite paga per alloggio, ristorazione, ecc.), sia indiretta per i miglioramenti che l'organizzazione dei servizi agrituristici determina anche nello svolgimento dell'attività agricola e nella gestione dell'azienda.

Vediamo alcuni esempi di tali miglioramenti. Il primo riguarda la valorizzazione del patrimonio immobiliare: per alloggiare, per somministrare pasti, per organizzare servizi ricreativi, culturali e didattici, l'azienda deve restaurare edifici già esistenti e non più utili alla conduzione del fondo. Tali edifici, spesso diroccati, per l'uso agrituristico vengono recuperati e resi produttivi.

Un altro esempio di miglioramento riguarda le produzioni aziendali: se

Progetto di azienda agrituristica in grado di offrire servizi di ristorazione e alloggio

Legenda. 1-*Alloggi per gli ospiti (camere o appartamenti indipendenti).* **2-***Cucina.* **3-***Ristorante.* **4-***Campetto da calcio.* **5-***Area giochi per bambini.* **6-***Area relax con tavolo da ping pong, biliardino, tavolini, ecc.* **7-***Piazzole di sosta per campeggiatori.* **8-***Piscina interrata di 100 metri quadrati.* **9-***Recinto con animali: cavalli, asini, capre, palmipedi ornamentali, ecc.* **10-***Barbecue.* **11-***Stalla.* **12-***Frutteto.* **13-***Vigneto.* **14-***Orto.* **15-***Segnaletica ben visibile in prossimità dell'accesso all'azienda.* **16-***Segnaletica interna che indirizza i clienti verso il locale di accoglienza.* **17-***Parcheggio*

l'azienda offre anche ristorazione, poiché a tal fine deve impiegare una determinata quota di prodotto proprio (secondo normativa regionale), sarà indotta a diversificare coltivazioni ed allevamenti e ad indirizzarsi verso produzioni tipiche del proprio territorio, sviluppando, se possibile, anche attività di trasformazione e di vendita diretta di tali prodotti.

Ugualmente positivo è l'effetto dell'agriturismo su un più razionale impiego della manodopera aziendale, che consente di consolidare l'occupazione attraverso una più flessibile e continuativa distribuzione delle mansioni, soprattutto se si tratta di gestione familiare.

La nuova legge quadro per l'agriturismo vicina al traguardo

La proposta di nuova disciplina quadro per l'agriturismo, approvata nel maggio scorso alla Camera, potrebbe diventare, con la definitiva approvazione al Senato, legge dello Stato entro la fine della legislatura. Trattandosi di materia che investe soprattutto competenze regionali, l'effetto sulle imprese si vedrà nei mesi successivi, quando le Regioni adegueranno le proprie normative ai principi generali della nuova legge quadro.

Le principali novità del provvedimento riguardano la ristorazione (per la quale si indica una più stretta connessione alle risorse territoriali), lo snellimento delle procedure di autorizzazione (in linea con le norme generali di accelerazione degli atti amministrativi) e l'indicazione del tempo-lavoro, come criterio convenzionale per il calcolo della prevalenza dell'attività agricola rispetto all'attività agrituristica. Infine si prevede l'applicazione, per assimilazione, delle norme sull'agriturismo all'ospitalità offerta da pescatori (pescaturismo).

I servizi agrituristici

Sono prevalentemente alloggio e somministrazione di pasti e bevande (purché prevalga l'impiego dei prodotti aziendali), ma anche campeggio e attività ricreative, sportive, culturali, didattiche, «connesse» e compatibili con l'attività agricola primaria

Quali sono, a grandi linee, i servizi agrituristici che una azienda agricola può offrire? Può alloggiare gli ospiti, in appartamenti indipendenti o in camere; nel secondo caso è opportuna anche l'offerta congiunta della prima colazione. Può somministrare pasti e bevande, purché, come in precedenza accennato, questa attività abbia il significato di una «vendita» del prodotto proprio e quindi, nel piatto come nel bicchiere, siano valorizzate le produzioni aziendali.

Non è evidentemente possibile che tutto ciò che si offre agli ospiti per la ristorazione sia di provenienza propria, per cui, generalmente, le leggi regionali indicano un obbligo di «prevalenza», eventualmente attenuato quando ci si trovi in zona svantaggiata. Lo scopo è comunque di assicurare continuità e sviluppo a prodotti tipici del territorio, non sempre facili da vendere sul mercato con adeguata remunerazione.

Si possono anche allestire degli spazi all'aperto in cui accogliere campeggiatori: il numero di piazzole deve essere contenuto (sono sempre le leggi regionali ad indicare il limite) e la loro ubicazione possibilmente su terreno poco favorevole alla coltivazione. Si possono infine organizzare per gli ospiti attività ricreative, sportive, culturali, didattiche, purché «connesse» e compatibili con l'attività agricola primaria.

Non è evidentemente obbligatorio offrire tutto questo contemporaneamente: ogni azienda può scegliere quali servizi agrituristici offrire, tenendo conto delle risorse disponibili, degli investimenti possibili, delle prospettive concrete di reddito.

La dimensione organizzativa dell'agriturismo deve essere comunque tale da non intralciare o ridimensionare l'attività agricola, ma anzi da favorirne la crescita. Per questo le norme regionali indicano anche criteri per stabilire la complementarietà dell'agriturismo rispetto all'agricoltura, generalmente basati sul confronto dei tempi di lavoro: tabelle convenzionali indicano l'impegno annuale di tempo-lavoro per le diverse attività agricole ed agrituristiche, e si deve fare in modo che la somma dei tempi di lavoro agricoli sia maggiore della somma dei tempi di lavoro agrituristici. È un sistema un po' rigido, a volte contraddittorio (nel senso che rischia di deprimere la funzione trainante dell'agriturismo, soprattutto nelle piccole aziende), ma, per il momento, non ne è stato trovato uno migliore per evitare che l'agriturismo perda la propria connotazione agricola confondendosi con una normale offerta di turismo in campagna.

La presenza di antiche costruzioni agricole inserite in un ambiente integro, con intorno un paesaggio accattivante, è la condizione ideale per attirare l'attenzione dei turisti e iniziare con successo un'attività di agriturismo

Le norme che regolano e sostengono l'attività agrituristica

L'iter per ottenere l'autorizzazione comunale varia da Regione a Regione, e sotto il profilo fiscale è richiesta la tenuta di una contabilità separata. Con i Piani di sviluppo rurale è possibile accedere a contributi per l'avvio e il miglioramento dell'attività

Per poter avviare una attività agrituristica occorre dotarsi di una specifica **autorizzazione comunale**. Le procedure per raggiungere questo obiettivo variano da Regione a Regione, ma prevedono alcuni passaggi sostanzialmente uguali su tutto il territorio nazionale: una fase istruttoria preliminare (regionale o provinciale) per stabilire quanti posti letto, posti tavola, piazzole di campeggio si possono allestire, in funzione della consistenza dell'attività agricola principale, completata la quale viene rilasciato un certificato di iscrizione nell'elenco dei soggetti abilitati all'agriturismo; un'autorizzazione sanitaria che attesti l'idoneità delle strutture, delle attrezzature e degli operatori; infine, la vera e propria autorizzazione comunale che abilita all'esercizio dell'attività.

L'assistenza di un'associazione di

Modello di richiesta dell'autorizzazione per l'esercizio dell'attività agrituristica

Integrare o modificare tale modello tenendo conto delle procedure amministrative e dei documenti previsti da ciascuna legge regionale. Utilizzare la modulistica comunale prestampata, se disponibile.

Al Sindaco del Comune di ....

Oggetto: Lr .... n. .... ; richiesta di autorizzazione per l'esercizio dell'attività agrituristica

Il/La sottoscritto/a .... nato/a a .... il ....
residente a .... in Via .... n. ....
codice fiscale .... tel.

Chiede

ai sensi della Lr n. .... del .... *(riportare gli estremi identificativi della legge regionale che disciplina l'agriturismo)* l'autorizzazione all'esercizio di attività agrituristiche presso l'azienda agricola denominata .... sita nel territorio di questo Comune, con sede /come sopra / in Via .... n. .... iscritta al registro delle imprese presso la Cciaa di .... P. Iva ....
Consapevole che eventuali dichiarazioni non veritiere producono le conseguenze civili e penali di cui agli artt. 46, 47, 75 e 76 del Dpr 28-12-2000, n. 445,

dichiara

(integrare la parte che segue dichiarando assolti eventuali altri obblighi e limiti stabiliti dalla normativa regionale)

- di essere nella piena disponibilità del fondo e degli edifici destinati all'ospitalità come da documentazione prodotta in allegato alla domanda di iscrizione nell'elenco regionale/ provinciale;
- di aver ricevuto assenso da parte di / comproprietari / soci / consiglio di amministrazione / alla presentazione della presente domanda e allo svolgimento dell'attività agrituristica, come da documentazione prodotta in allegato alla domanda di iscrizione nell'elenco regionale/ provinciale *(solo nei casi di comproprietà o società di persone o di capitali)*;
- di non aver riportato condanne penali né di essere in qualsiasi altra situazione che impedisca, ai sensi della vigente normativa, l'esercizio dell'attività (artt. 11 e 92 del Tulps approvato con Rd 18-6-1931, n. 773);
- che non sussistono, per sé e per i propri familiari, cause di divieto, di decadenza o di sospensione di cui all'art. 10 della Legge 31 maggio 1965, n. 575 e successive modifiche e integrazioni (antimafia);
- che l'attività di alloggio viene esercitata in n. .... edifici, per n. .... / camere / alloggi indipendenti / per complessivi n. .... posti letto, come individuati nelle allegate planimetrie;
- che l'attività di campeggio viene esercitata su n. .... piazzole, fino ad un massimo di n. .... ospiti, come individuate nell'allegata planimetria;
- che l'attività di ristorazione viene esercitata per un numero massimo di n. .... / posti tavola / coperti giornalieri / coperti annuali / pari a .... *(indicare i limiti stabiliti nel certificato /regionale / provinciale/ di idoneità e complementarità)*;
- che le attività ricreative, culturali e didattiche consistono in .... *(es. piscina riservata alle persone alloggiate, cicloturismo, corsi di cucina, fattoria didattica, ecc.)*;
- che i servizi sopra indicati si svolgono in conformità con la normativa vigente;
- che l'idoneità all'esercizio dell'attività agrituristica, i limiti e le caratteristiche organizzative, sono indicati nell'allegato certificato / regionale / provinciale / rilasciato da .... in data .... ;
- che l'idoneità igienico-sanitaria dei locali, degli spazi di accoglienza e del personale addetto è certificata dalla allegata autorizzazione rilasciata dalla Asl .... in data .... e che il personale addetto è provvisto di libretto sanitario, di cui si allega copia *(verificare le norme regionali circa l'eventuale abrogazione del libretto sanitario)*;
- che l'attività si svolgerà / per l'intero arco dell'anno, salvo eventuali brevi interruzioni rese necessarie dal prioritario espletamento del lavoro agricolo / dal .... al ....;
- di essere a conoscenza dell'obbligo di comunicazione annuale dei prezzi minimi e massimi praticati per l'alloggio, con eventuale servizio di prima colazione o pensione, nei diversi periodi dell'anno, ed allega, a tal fine, la comunicazione relativa all'anno in corso *(utilizzare la modulistica regionale, fornita dal Comune se disponibile)*;
- di autorizzare la raccolta dei propri dati personali per l'emanazione del provvedimento amministrativo ai sensi dell'art. 13 del Dlgs n. 196 del 30-06-2003.

Allegati:

- copia di un proprio documento di identità;
- dichiarazione prezzi per l'anno in corso;
- certificato di idoneità e di iscrizione nell'elenco, rilasciato dalla /Regione / Provincia/;
- autorizzazione sanitaria;
- copia del libretto sanitario degli addetti *(ove ancora previsto)*;
- relazione sulle caratteristiche dell'attività agricola e agrituristica (*la stessa presentata per la richiesta del certificato / regionale / provinciale / con eventuali modifiche imposte in sede di rilascio del certificato stesso)*;
- planimetria del fondo e degli immobili con evidenza dei locali e degli spazi all'aperto destinati ai servizi per gli ospiti *(la stessa presentata per la richiesta del certificato / regionale / provinciale / con eventuali modifiche imposte in sede di rilascio del certificato stesso)*.

Data e Firma ....

categoria può essere utile per compiere con successo il percorso autorizzatorio.

Essendo attività particolare, inserita nell'azienda agricola ma con caratteristiche imprenditoriali proprie, l'agriturismo richiede, sotto il profilo fiscale, la tenuta di un'**autonoma contabilità** e può avvalersi di regole semplificate per la determinazione del reddito imponibile e dei versamenti periodici dell'Iva. Lo stabilisce l'articolo 5 della Legge n. 413/91, che consente il calcolo forfetario del reddito imponibile (cioè senza tenere conto della differenza tra i ricavi e i costi) nella misura del 25% dei ricavi al netto dell'Iva, e dell'Iva da versare nella misura del 50% dell'Iva incassata.

Sui servizi di alloggio, campeggio e ristorazione, l'aliquota Iva è del 10%; su tutti gli altri servizi (attività culturali e ricreative, come passeggiate a cavallo, corsi di cucina, ecc.) si applica invece l'aliquota ordinaria del 20%.

L'azienda agrituristica ha facoltà di rinunciare alla applicazione del descritto sistema forfetario, determinando pertanto reddito imponibile e Iva da versare secondo i normali metodi basati sulla differenza fra entrate e uscite.

L'operatore agrituristico ha l'obbligo di emettere, a fronte del corrispettivo versato dall'ospite, una ricevuta, o uno scontrino fiscale, registrando poi l'entrata (con scorporo dell'imponibile e dell'Iva) sul registro dei corrispettivi (ad esempio, se il corrispettivo per dieci pernottamenti è di 330 euro, l'imponibile sarà di 300 euro e l'Iva al 10% di 30 euro).

Mediante appositi cedolini a ricalco deve anche **registrare l'arrivo dell'ospite** che alloggia e **comunicarlo entro 24 ore alla locale autorità di pubblica sicurezza** (polizia, sindaco, questura). Attualmente tale comunicazione si effettua tramite consegna a mano del cedolino; è tuttavia imminente l'attivazione di un sistema di comunicazione tramite posta elettronica con risposta per ricevuta.

Annualmente, entro il primo di ottobre, si devono **comunicare al Comune le tariffe di pernottamento** (con eventuale prima colazione), mezza pensione e pensione completa (ove questi servizi siano prestati). Le tariffe comunicate devono essere affisse, ben visibili, nel luogo di ricevimento degli ospiti e all'interno di ciascuna unità abitativa.

Le leggi regionali, generalmente in connessione con i Piani di sviluppo rurale finanziati dall'Unione europea, stabiliscono anche la possibilità di ottenere **contributi** per l'avvio e il miglioramento dell'attività. Poiché l'Unione europea considera l'attività agrituristica come diversa rispetto a quella agricola prima-

ria, il sostegno finanziario all'agriturismo rientra nel cosiddetto regime *de minimis* (aiuti di Stato di importo minimo, non soggetti a controllo da parte della U. E.), che ha procedure semplificate, ma un tetto massimo di aiuto pari a 100 mila euro per progetto. Le norme e le priorità per l'accesso ai contributi sono indicate sui bandi regionali di applicazione del Piano di sviluppo rurale; di solito sono pubblicate anche in Internet, nei siti istituzionali delle Regioni, ma è, anche in questo caso, consigliabile avvalersi, per inoltrare una richiesta di contributo, dell'assistenza di una associazione di categoria. L'entità dei contributi è generalmente compresa fra il 40% e il 60% della spesa ritenuta ammissibile.

L'agriturismo è poi assoggettato ad un complesso **di norme generali e tariffe** di servizi, nella applicazione delle quali può, a volte, far valere la propria connessione con l'attività agricola; altre volte è prevalente la natura obiettiva del servizio offerto (che è turistico), il quale viene quindi assimilato alle attività di impresa turistica.

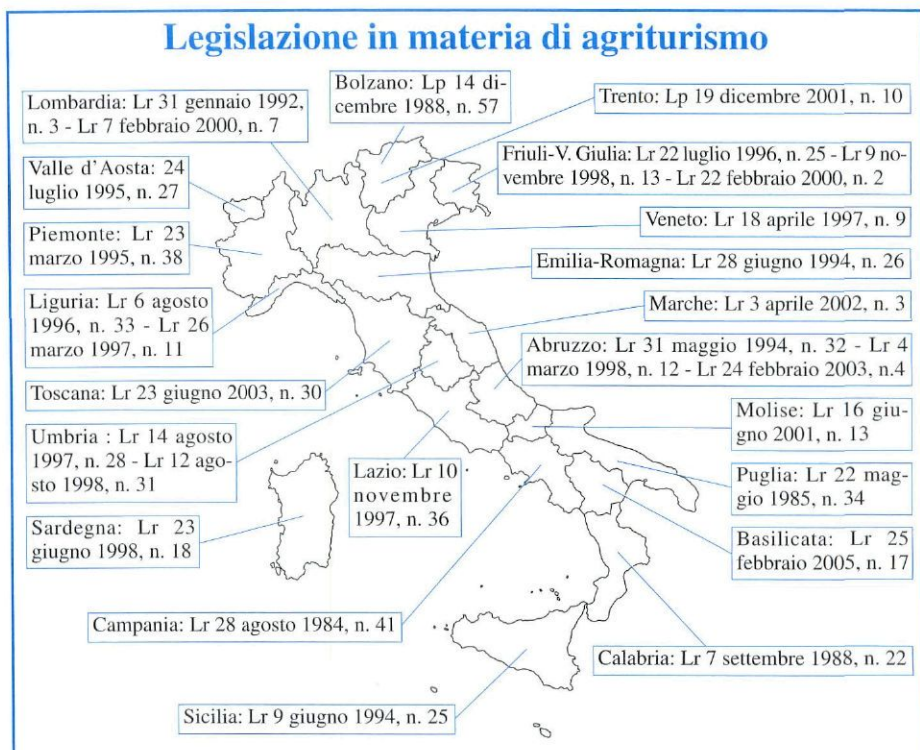
Esempi di tale diversa collocazione possiamo reperirli nella applicazione della tassa sullo smaltimento dei rifiuti solidi urbani (in questo caso si applicano le tariffe del turismo), oppure nelle norme sulla classificazione catastale degli edifici destinati all'accoglienza (in quest'altro caso gli edifici sono considerati strumentali all'esercizio dell'attività agricola, quindi esenti da Ici).

Non sempre consulenti legali e commercialisti hanno dimestichezza con queste particolarità, per cui, ancora una volta, suggeriamo di fare riferimento ad un'associazione di categoria (Confagricoltura, Coldiretti, Cia, ecc.).

Qualità e prezzi

I prezzi che un'azienda può applicare dipendono da molti fattori, come la domanda locale, la bellezza dell'ambiente in cui è inserita, la varietà e la qualità dei servizi che offre e, non ultima, la correttezza e la cordialità di chi la gestisce

Molti, quando aprono un agriturismo, chiedono consiglio proprio a proposito dei **prezzi** da praticare. Innanzitutto è bene avere una fotografia chiara della attuale distribuzione dei livelli di prezzo nell'offerta agrituristica.

Secondo un'indagine di Agriturist, il 30% delle aziende chiede per un pernottamento una cifra superiore a 40 euro; sono il 38% quelle che si attestano fra 30 e 40 euro, il 30% quelle fra 20 e 30 euro, il 5% quelle al di sotto dei 20 euro. Ma questo non basta ad indicare la strada: ci sono aziende con prezzi sostenuti che pure contano su livelli di presenza elevati ed aziende con prezzi più contenuti che invece segnano il passo. Dipende dal mercato locale, e soprattutto dal rapporto qualità/prezzo, sul quale intervengono sia fattori oggettivi, come la bellezza dei luoghi o la varietà dei servizi accessori, sia fattori soggettivi, come la capacità di una cordiale comunicazione con gli ospiti, dote importantissima perché questi ultimi si sentano davvero ospiti e non semplicemente clienti. Un prezzo sostenuto, comunque, si costruisce nel tempo, avendo il polso del gradimento degli ospiti e migliorando via via l'offerta.

Nell'agriturismo si può offrire ai turisti la possibilità di alloggiare in appartamenti indipendenti, dotati quindi anche di una cucina con stoviglie e arredi adatti

Dobbiamo sempre ricordare che l'ospite in arrivo non è soltanto colui che pagherà per il soggiorno, ma è anche colui che, se accolto «molto bene» (soltanto «bene» non basta), sarà il nostro testimone fra la gente, con i propri amici o colleghi di lavoro, producendo un passaparola dagli effetti esponenziali spesso imprevedibili. Ed egli stesso sceglierà di tornare.

Le aziende capaci di produrre questo risultato oggi non soffrono né concorrenza né crisi, anche se, come ricordato, il far stare «molto bene» chi ci è venuto a trovare non dipende soltanto da noi ma anche da fattori esterni. Più i fattori esterni, come ad esempio il paesaggio, i servizi sul territorio, sono carenti, più chi è venuto tornerà a casa magari soddisfatto, ma non avrà desiderio di tornare né si sentirà di promuoverci presso altri. Per questo è comunque importante curare con molta attenzione tutti i fattori interni, tutto ciò che fa «molto buona» l'accoglienza e dipende da noi realizzarla, ottimizzando il possibile ed evitando di caricarci di troppi impegni, troppi servizi, magari organizzati affrettatamente.

La domanda di agriturismo è in costante crescita: nel 2004 le presenze, malgrado la generale crisi del turismo, sono ancora cresciute di oltre il 3% ri-

Modello per la richiesta di iscrizione nell'elenco / regionale / provinciale / dei soggetti idonei all'esercizio dell'attività agrituristica

Integrare o modificare tale modello tenendo conto delle procedure amministrative e dei documenti previsti da ciascuna legge regionale. Utilizzare modulistica prestampata, ove disponibile.

Al Presidente della Commissione / regionale / provinciale / per l'agriturismo

Oggetto: domanda di iscrizione nell'elenco di cui all'art. .... della Lr ....
(riportare gli estremi identificativi della legge regionale che disciplina l'agriturismo)

Il/la sottoscritto/a .... nato/a a .... il ....
residente a .... in Via .... n. ....
codice fiscale .... tel. ....
imprenditore agricolo / i.a. professionale / coltivatore diretto / conduttore dell'azienda agricola
denominata ....
con sede nel Comune di .... prov. ....
Via/località .... n. .... iscritta al registro delle imprese
presso la Cciaa di .... P. Iva ....

Chiede

ai sensi della Lr n. .... del ...., art. .... *(riportare gli estremi identificativi della legge regionale che disciplina l'agriturismo)* l'iscrizione nell'elenco / regionale / provinciale / dei soggetti idonei all'esercizio dell'attività agrituristica.
Consapevole che eventuali dichiarazioni non veritiere producono le conseguenze civili e penali di cui agli artt. 46, 47, 75 e 76 del Dpr 28-12-2000, n. 445,

dichiara

(integrare la parte che segue dichiarando assolti eventuali altri obblighi e limiti stabiliti dalla normativa regionale)

- di essere nella piena disponibilità del fondo e degli edifici destinati all'ospitalità in forza di / atto di acquisto / successione / contratto di affitto /concessione di usufrutto / comodato d'uso/ come allegato;
- di aver ricevuto assenso da parte di / comproprietari / soci / consiglio di amministrazione alla presentazione di questa domanda e allo svolgimento dell'attività agrituristica, come da allegato *(solo nei casi di comproprietà o società di persone o di capitali)*;
- di non aver riportato condanne penali né di essere in qualsiasi altra situazione che impedisca, ai sensi della vigente normativa, l'esercizio dell'attività (art. 11 del Tulps approvato con Rd 18.6.1931, n. 773) ;
- che non sussistono, per sé e per i propri familiari, cause di divieto, di decadenza o di sospensione di cui all'art. 10 della Legge 31 maggio 1965, n. 575 e successive modifiche e integrazioni (antimafia) *(in caso di società di capitali, occorre l'autocertificazione di tutti i membri del consiglio di amministrazione)*;
- che l'attività agricola (come da relazione allegata) consiste nella coltivazione su ettari .... di ...., nell'allevamento di (indicare specie e numero di capi) ...., nella trasformazione in azienda di prodotti prevalentemente propri per produzione di .... per complessive ore di lavoro convenzionali n. .... ;
- che l'attività agrituristica (come da relazione allegata) prevede l'alloggio per n. .... persone, l'allestimento di un'area di campeggio per n. .... piazzole e n. .... persone, la ristorazione per n. .... posti tavola, attività ricreative, culturali e didattiche consistenti in .... per complessive ore di lavoro convenzionali n. ....;
- che l'attività si svolgerà / per l'intero arco dell'anno, salvo eventuali brevi interruzioni rese necessarie dal prioritario espletamento del lavoro agricolo / dal .... al .... ;
- di autorizzare la raccolta dei propri dati personali per l'emanazione del provvedimento amministrativo ai sensi dell'art. 13 del Dlgs n. 196 del 30-06-2003.

Allegati:
- copia di un proprio documento di identità;
- titolo comprovante la disponibilità dell'immobile e relativa documentazione catastale;
- autorizzazione di soci o comproprietari, delibera del consiglio di amministrazione *(se del caso)*;
- relazione sulle caratteristiche dell'attività agricola e agrituristica *(descrivere le attività agricole e i relativi prodotti, gli immobili disponibili, con particolare riferimento a quelli destinati all'attività agrituristica, i servizi proposti agli ospiti e le attrezzature ad essi adibite, l'impiego prevalente di prodotti propri nella ristorazione)*;
- planimetria del fondo e degli immobili con evidenza dei locali e degli spazi all'aperto destinati ai servizi per gli ospiti.

Data e Firma ....

spetto all'anno precedente. È una crescita inferiore a quella dell'offerta, ed ecco perché alcune aziende soffrono, ma è pur sempre una crescita che dimostra quanto ancora molti settori della domanda turistica possano essere avvicinati all'agriturismo.

Occorre contribuire a questo avvicinamento senza tuttavia inseguire qualsiasi richiesta, senza appiattirsi in una copia del turismo alberghiero che certi servizi sa comunque darli meglio di un agricoltore, avendo strutture e organizzazione più idonee. L'agriturismo deve valorizzare l'originalità delle case di campagna, senza mai scivolare nel trasandato o concedersi indulgenze sul fronte della pulizia; deve far buona ristorazione, senza tentare improbabili menu con troppe scelte, ma proponendo piatti autentici, resi unici da una selezione accurata delle materie prime e, ancora meglio, dalla origine propria delle materie prime; deve farsi guida alla scoperta del cibo e della natura circostante, cosa (questa sì!) che può far meglio di qualsiasi ottimo albergo.

Per indirizzare questa caratterizzazione alcune associazioni hanno istituito delle **certificazioni di qualità**, attraverso le quali guidare le aziende agrituristiche verso un metodico e costante autocontrollo di ogni dettaglio organizzativo. Le aziende scelgono volontariamente di adeguarsi ad un disciplinare, l'ente di certificazione le visita annualmente e le assiste a distanza, fra una visita e l'altra, non solo per rilasciare un marchio che ne migliori la visibilità sul mercato, ma anche, e soprattutto, per consolidare, nell'imprenditore e nei suoi collaboratori, una cultura dell'attenzione rivolta ai bisogni dell'ospite, alla valorizzazione delle risorse dell'azienda, alla migliore espressione dei contenuti agrituristici dell'accoglienza.

Il marchio di qualità certificata non viene rilasciato solo alle aziende di grandi dimensioni o con tanti servizi, o a quelle che hanno fatto maggiori investimenti strutturali; il marchio è per tutti coloro che fanno «molto bene» ciò che propongono, anche se si tratta semplicemente di un confortevole alloggio. «In tempi in cui il turismo riserva spesso sorprese deludenti, anche gli operatori turistici vedono con favore queste certificazioni» ci ha detto Mario Pusceddu, presidente di Agriturist Lazio, che nella provincia di Viterbo ha sperimentato per primo la certificazione «Agriturist Qualità» ora estesa a tutto il territorio nazionale, «e i benefici per le aziende man mano arrivano, gli ospiti percepiscono la bontà del nostro impegno, e contribuiscono a migliorarci anche con propri suggerimenti».

Ecco cosa occorre per cominciare

La bellezza dell'ambiente e della campagna circostanti è certamente una condizione favorevole. Poi servono edifici da recuperare, prodotti agricoli da utilizzare in cucina e da vendere agli ospiti, disponibilità di manodopera e denaro da investire

Nella cucina di un agriturismo l'ordine e la perfetta pulizia sono essenziali e costituiscono il miglior «biglietto da visita» che si possa presentare ai clienti

Sulla scorta delle riflessioni in precedenza proposte, proviamo a seguire l'iter di progettazione di una attività agrituristica. Come quando si decide di cucinare qualcosa, bisogna fare l'appello degli ingredienti su cui poter contare: un posto ameno, uno o più edifici da recuperare, destinazione appropriata dei locali che si ricaveranno, prodotti agricoli suscettibili di utilizzazione in cucina e vendita agli ospiti, manodopera disponibile o acquisibile per gestire i servizi, investimento finanziario. Il tutto abbozzando una previsione del reddito che remunererà l'investimento.

Questi ingredienti variano moltissimo da azienda ad azienda. Ognuno dovrà «mixarli» secondo le proprie valutazioni. La gradualità è il segreto per non sbagliare.

Ogni servizio trova la propria ragion d'essere come complemento di quello che è già in atto con successo. Si comincia con il recupero di un edificio per creare degli alloggi, oppure con l'allestire un punto vendita aperto al pubblico. Il tentativo per ottenere qualche contributo finanziario è d'obbligo, ma bisogna farsi guidare da chi conosce bene le condizioni per ottenerlo, adattando opportunamente il progetto ad eventuali requisiti di priorità (ad esempio agricoltura biologica, giovane imprenditore, impresa femminile).

Una informazione puntuale sulle disponibilità finanziarie e il flusso delle domande di contributo ci permetterà di scegliere se partire con mezzi propri (dipende da quanti ne occorrono e se ci sono) oppure attendere il nostro turno, tenendo conto che si può sempre avanzare successivamente una richiesta di contributo per l'ampliamento dell'attività.

La spesa più impegnativa è costituita dal restauro degli edifici da destinare all'ospitalità. Nei limiti del possibile, è bene evitare ristrutturazioni troppo impegnative che snaturino gli spazi originari: in questo modo si contengono le spese e si conserva la tipicità degli ambienti, che rappresenta comunque un fattore di originalità e quindi di gradimento per i futuri ospiti.

A volte, quando gli edifici siano in buone condizioni e ci siano in famiglia le competenze giuste, si può fare molto lavoro da sé. L'importante è che il risultato produca una sensazione accogliente, confortevole, autenticamente «di campagna». Si possono allestire gli spazi in modo semplice oppure molto raffinato, ma in entrambi i casi bisogna che si respiri aria di campagna, senza forzature di finto rustico, senza imitazioni delle abitazioni urbane.

Nella scelta delle soluzioni strutturali, come pure nella scelta degli arredi, dobbiamo preventivamente «mirare» il tipo di ospite al quale rivolgerci: la soluzione più sicura, quando non vi siano evidenti opportunità che ci guidano in una diversa direzione (se possediamo un castello...), è quella di ricercare una soluzione «media», né troppo spartana, né troppo raffinata, puntando poi ad arricchirla con le nostre qualità organizzative e di comunicazione.

Aziende anche molto semplici hanno per clienti abituali dirigenti di azienda, o affermati personaggi dello spettacolo, che lì trovano una piacevole alternativa alla ridondanza degli ambienti che solitamente frequentano per la propria posizione sociale. Questione di buon gusto, cordialità, capacità di non confondere il «semplice» con lo scomodo o il mediocre: sono cose diverse...

In un agriturismo si deve sempre fare buona ristorazione. L'ideale è proporre i piatti semplici e autentici della tradizione contadina locale

Facciamo quattro conti

Formulando alcune ipotesi più o meno favorevoli, vediamo quale remunerazione della manodopera e quali utili possiamo attenderci dall'attività agrituristica

Impossibile, per quanto già argomentato, immaginare un preventivo-tipo per l'investimento iniziale. Senz'altro meno arduo è fare delle ipotesi di reddito, anche se, nella stessa località e con caratteristiche simili, ci sono aziende agrituristiche che crescono costantemente e altre che vivacchiano. Possiamo dire con ragionevole attendibilità (stime Agriturist) che attualmente un'azienda fattura, in media, circa 60.000 euro l'anno.

Ma proviamo a fare il caso concreto di chi abbia 10 posti letto, sia bravo e quindi capace di riempirli per 120 giorni l'anno e li offra a mezza pensione per 50 euro al giorno. Il fatturato sarà proprio di 60.000 euro. Se però, nel fine settimana (da venerdì a cena alla domenica a pranzo, per 25 fine settimana su 52), il punto di ristoro accoglie anche 30 ospiti esterni, a 25 euro per pasto, arriveranno altri 56.250 euro. Totale 116.250 euro.

I costi (oneri fiscali e ammortamenti compresi) sono nell'ordine del 55%, tutto il resto (52.300 euro) è remunerazione del lavoro (che possiamo stimare in circa 1.500 ore l'anno) e utile d'impresa. Se al lavoro attribuiamo una media di 12 euro l'ora (totale 18.000 euro), l'utile d'impresa sarà di 34.300 euro.

A questo punto, ognuno potrà fare le proprie valutazioni. Con 34.300 euro si può pagare un mutuo decennale di 300.000 euro e alla fine dei dieci anni si è finito di realizzare un significativo aumento del valore immobiliare dell'azienda, oltre che una struttura produttrice di reddito, a quel punto netto.

Se si ottiene un contributo di 100.000 euro, il peso dell'operazione è notevolmente alleggerito; se restaurare l'edificio ed attrezzare i locali costa meno di

Nella scelta degli arredi occorre ricercare una soluzione «media», né troppo spartana, né troppo raffinata, che valorizzi l'originalità delle case rurali. Si deve «respirare» aria di campagna, senza cadere in forzature di finto rustico o in imitazioni delle abitazioni urbane

300.000 euro, la differenza a favore sarà un ulteriore alleggerimento; se i posti letto invece che 10 sono 15, l'utile crescerà del 25% (l'incidenza delle mezze pensioni sul fatturato è di circa il 50%); se i fine settimana utili per la ristorazione, invece che 25, sono dieci di più, l'utile crescerà di un ulteriore 20%. E, grazie alle economie di scala (i costi fissi, come ad esempio lo smaltimento dei rifiuti, si ripartiscono fra più ospiti), ci scapperà anche qualche punto percentuale in più.

Ma ci sono anche da considerare eventualità opposte: per il turismo della zona, 50 euro di mezza pensione sono troppe, occorre ripiegare su 40; un pasto a 25 euro tiene lontani troppi possibili clienti, meglio scendere a 20; 120 giorni di presenze non si riesce a raggiungerli, e in realtà sono 100. Gli stessi conti di prima ci dicono che il fatturato scenderà a 85.000 euro, e l'utile di impresa sarà nell'ordine di 22.250 euro. Lo stesso mutuo di prima dovrà allora essere ventennale, ma resterà comunque una quota di remunerazione del lavoro di 16.000 euro (le giornate di lavoro sono ridotte in proporzione alla riduzione delle presenze), che, se destinata alla famiglia che conduce l'attività, non è cosa disprezzabile.

Si può fare di più

Alcuni investimenti, piccoli o meno piccoli, possono contribuire a realizzare un salto di livello che può dare soddisfazioni imprenditoriali ed economiche ancora maggiori

Uno di questi, lo abbiamo citato a proposito dei servizi ricreativi, è la **piscina**. Non è investimento da poco e, per una vasca interrata in calcestruzzo piastrellato, di 100-120 metri quadrati, è difficile spendere meno di 20-25.000 euro. Poi ci sono costi annuali (manutenzione, pulizia, ammortamenti), dell'ordine di 2.500 euro. Se possiamo contare su 1.200 presenze, e la piscina ci consente di aumentare il prezzo giornaliero di 10 euro, avremo un ricavo annuo (al netto degli oneri fiscali) di 10.400 euro: detratte le spese resterà un utile dell'investimento di 7.900 euro. Ma resta, con l'attuale incertezza normativa in molte Regioni, il dubbio se vi sia obbligo di presenza stabile dell'assistente bagnanti: se così fosse, addio utile!

Vi è poi da valutare se l'aumento del prezzo di soggiorno non produca una riduzione di presenze, o non prevalga piuttosto l'effetto attrattivo della piscina determinando invece un aumento delle presenze. Questo dipende anche dalla qualità complessiva dell'accoglienza e magari dalla combinazione con *altri* servizi, come, ad esempio, la disponibilità di **biciclette** per le escursioni, uno spazio per giocare a **pallone**, un campo per il **minigolf**, un tavolo da **ping pong**, un **biliardino**, che invitino gli ospiti a passare molta parte del proprio tempo in azienda, offrendo relax agli adulti e opportunità di gioco ai ragazzi.

A proposito di passatempo distensivi, è anche bene dotarsi di qualche **mazzo di carte**, qualche **scacchiera**, **giochi di società**, **libri di lettura** o anche **di presentazione delle attrattive del territorio**. L'investimento è modesto, il risultato decisamente positivo, specie nelle sere d'inverno (qualcuno ama scappare per il fine settimana anche nella stagione fredda) o quando piove.

Ma non dimentichiamo mai che siamo in un agriturismo. Cerchiamo per questo di **dare occasione agli ospiti di conoscere le attività agricole**, invitiamoli ad assistere a qualche fase del lavoro di campagna, proponiamo loro di accompagnarci nell'orto o nel frutteto a raccogliere i prodotti, nella stalla quando si mungono le vacche o si dà da mangiare agli animali, indichiamo loro artigiani alimentari o altre aziende agricole dove potranno acquistare specialità tradizionali della zona facendosi mostrare dove e come vengono prodotte.

Anche l'**attività di cucina** può costituire una preziosa occasione di coinvolgimento degli ospiti, quando si preparino ricette caratteristiche della cucina locale, stabilendo con loro quei rapporti più stretti e cordiali che li indurranno a sentirsi «di casa» e a tornare volentieri. Informiamoli sui periodi in cui la cucina si dedica a qualche particolare prodotto di stagione: un fine settimana per assaggiare qualcosa di genuino e di nuovo, passando qualche ora in vivace familiarità, non mancheranno di dedicarcelo, magari

Esempi di redditività dell'attività agrituristica in diverse condizioni di capacità ricettiva e di livello di presenze

Servizio	Prezzo unitario (euro)	Persone (1) PL	PT	PS	Giorni	Ricavo (euro)	Indice reddito (2)	Reddito netto (euro) (3)
Pernottamento	25	10			100	25.000	60%	15.000
Pernottamento	30	15			100	45.000	60%	27.000
Pernottamento	40	15			120	72.000	60%	43.200
Pensione 1/2	40	10			100	40.000	50%	20.000
Pensione 1/2	50	10			120	60.000	50%	30.000
Pensione 1/2	50	15			120	90.000	50%	45.000
Pasti	25		30		75	56.250	40%	22.500
Pasti	25		30		95	71.250	40%	28.500
Pasti	20		30		75	45.000	40%	18.000
Visite didattiche	6			45	25	6.750	65%	4.390
Piscina	+ 5			10	100	5.000	65%	3.250
Piscina	+ 10			15	120	18.000	65%	11.700

(1) PL = posti letto; PT = posti tavola; PS = persone. (2) L'indice di reddito è calcolato detraendo dai ricavi (100%), secondo la propria incidenza percentuale sui ricavi stessi, i costi (100 % – costi % = indice %) per oneri fiscali, ammortamenti e gestione (escluso costo del lavoro). (3) Il reddito netto si intende come somma dell'utile di impresa e della remunerazione del lavoro.

facendosi accompagnare da amici.

Si possono inventare tante cose, offrendo opportunità sempre nuove di conoscenza della nostra campagna, senza per questo rubare troppo tempo alle nostre occupazioni, e trovando un giusto punto di equilibrio fra disponibilità e rispetto del proprio privato.

Due o tre proposte nell'arco della settimana sono già sufficienti, mentre i **consigli su cosa vedere nei dintorni** si possono scrivere su un foglio informativo da far trovare negli alloggi insieme a una «carta dei servizi» che dia tutte le istruzioni necessarie per fruire, correttamente e con piena soddisfazione, dei servizi aziendali.

Infine si possono proporre **soggiorni monotematici**, cioè fortemente caratterizzati da una ben precisa attività sportiva, ricreativa e culturale: il turismo equestre, i corsi di cucina o di artigianato, la pesca sportiva, l'escursionismo a piedi o in bicicletta, la conoscenza della natura. Si richiede, a questo fine, una competenza professionale molto specifica; spesso (come nel caso delle guide equestri o cicloturistiche) occorre anche una patente di abilitazione. Questo settore di domanda, pur di limitate dimensioni, ha esigenze molto precise che solo una ristretta quota di offerta è in grado di soddisfare. Ma, se siamo bravi, i valori aggiunti crescono.

Il successo di queste soluzioni di accoglienza è legato in gran parte alla conoscenza della domanda (quanta ce n'è per quel particolare servizio a tema?) e dell'offerta (è poca, o troppa, rispetto alla domanda?). Insomma, si tratta di mercati più circoscritti e per questo meglio decifrabili, ma la logica di analisi non è diversa da quella applicabile al grande mercato dell'offerta meno specializzata. Con qualche «accidente» in più per il turismo equestre, visto che i cavalli, anche in assenza di ospiti, vanno curati e nutriti, quindi costano, mentre le biciclette, nella peggiore delle ipotesi, sono soltanto un capitale sottoutilizzato.

L'offerta di agriturismo in Italia

Manca un rilevamento completo circa le caratteristiche dell'agriturismo italiano. Gli unici dati pressoché certi riguardano il numero delle aziende ufficialmente autorizzate (vedi grafico), che oggi sono circa 13.500. Oltre il 40% di questa offerta è concentrato in due aree del paese: Trentino Alto Adige, da una parte, Toscana, Marche e Umbria, dall'altra. Tuttavia il divario fra queste aree e il resto del territorio nazionale va lentamente attenuandosi ed anche la domanda tende a distribuirsi con maggior regolarità rispetto al passato.

Secondo le stime dell'Agriturist, il servizio più diffuso è l'alloggio, che interessa circa 11.000 aziende per 145.000 posti letto (il 60% dei quali in appartamenti indipendenti), segue la ristorazione con 9.000 aziende per 350.000 posti tavola; attività ricreative e culturali sono organizzate da 6.500 aziende, 1.000 delle quali propongono il turismo equestre, mentre sono circa 3.000 quelle che hanno una piscina (ad esclusivo uso degli ospiti che pernottano). Gli agricampeggi sono poco meno di 900. Punti vendita con degustazione di prodotti sono allestiti in 3.500 aziende, e sono quasi 3.000 quelle che adottano metodi biologici di coltivazione. L'attività di fattoria didattica interessa 1.500 offerte.

La conduzione è per il 90% nella forma di impresa individuale, con apporto esclusivo di manodopera familiare in oltre il 70% dei casi, e per il 93% se consideriamo il caso anche di manodopera prevalentemente familiare.

La crescita annua dell'offerta agrituristica prosegue al ritmo del 5-6% e, nelle zone ad alta concentrazione prima ricordate, si comincia a sentire il morso della concorrenza all'interno del settore agrituristico e fra l'agriturismo e le tante altre offerte di turismo in campagna.

La promozione

Ecco tutti i mezzi a disposizione dell'azienda agrituristica per raggiungere un obiettivo essenziale: farsi conoscere

Dopo che si è pronti per offrire l'accoglienza, occorre farsi conoscere. E farsi conoscere non è tanto facile, e costa. Soprattutto se non si ha una strategia razionale, se si ha poca pazienza nell'attendere che il «pacchetto ospiti» si formi nel miglior modo possibile, se si esagera nell'inseguire troppe esigenze diverse espresse dagli ospiti stessi.

Quali sono i mezzi attraverso i quali farci conoscere? Proviamo, prima di tutto ad elencarli in ordine sparso: guide cartacee, Internet, articoli di stampa, pieghevoli, biglietti da visita, stand in borse e fiere turistiche, relazioni dirette con gruppi (associazioni, circoli dopolavoro, ecc.), agenzie di viaggio e, infine, come prima ricordato, coloro che ci hanno già visitato e sono stati ben soddisfatti dell'accoglienza ricevuta.

Come scegliere il giusto mix di queste opportunità affinché producano un risultato soddisfacente a costi contenuti, senza produrre momentanei picchi di domanda molto superiori alla nostra capacità ricettiva, e poi, magari, periodi di lungo silenzio?

Un primo riferimento sono le organizzazioni di categoria. Prendendo come esempio l'Agriturist, la prima associazione di agriturismo nata in Italia, os-

La realizzazione di una piscina interrata richiede un notevole impegno economico; si tratta però di un investimento che può dare buone soddisfazioni, poiché esercita una forte attrattiva sugli ospiti di un agriturismo

Come fare pubblicità alla propria azienda agrituristica. 1-*L'iscrizione ad un'associazione e il conseguente inserimento nelle guide specializzate è il primo passo da compiere.* **2**-*Anche la soddisfazione degli ospiti (frutto di accordi chiari, descrizioni fedeli dei servizi offerti, puntuale assistenza, ecc.) costituisce una forma di promozione molto importante*

serviamo come offra alle aziende aderenti una rosa di servizi promozionali pressoché completa: guide stampate in italiano, inglese, francese e tedesco, sito Internet, partecipazione ad alcune borse e fiere turistiche, agenzia di prenotazione, promozione sulla stampa, convenzioni con gruppi.

Sulle guide e in Internet è poi possibile integrare i servizi istituzionali con comunicazioni pubblicitarie personalizzate.

Il limite, peraltro inevitabile, delle associazioni sta nel fatto che producono una comunicazione collettiva, a beneficio di tutti gli associati. Lo stesso avviene per le guide e i siti Internet offerti da operatori specializzati. E si ha l'impressione di essere sempre in concorrenza con tanti altri compagni di viaggio, anche loro in cerca di visibilità.

D'altra parte, il pubblico che consulta una guida, o un sito Internet, apprezza la possibilità di scelta, anche se, a volte, una scelta troppo ampia mette in difficoltà.

Sorge dunque l'esigenza di reperire, oltre a questi canali molto allargati, anche dei canali più esclusivi, come le guide specializzate in uno specifico tipo di accoglienza, una agenzia che tratti porzioni limitate di offerta, contatti personali.

Resta il fatto che lo stesso mezzo non produce per tutti lo stesso risultato, anche se tutti ci investono la stessa somma. E questo non solo perché altri possono apparire più attraenti di noi (attenzione a come ci si presenta... anche una sola parola può decidere della nostra maggiore o minore attrattività!), ma anche perché ogni mezzo ha una propria specifica penetrazione sul mercato, andando a raggiungere settori di pubblico con esigenze diverse (spesa contenuta, elevato standard di servizi, qualità dell'offerta enogastronomica, turismo ecologico, ecc.). Basti pensare alla agenzia di viaggio: se vende in un quartiere di persone facoltose, gestirà prevalentemente una offerta molto selezionata e a costo elevato; se vende in un quartiere «normale», l'offerta in gioco sarà conseguentemente più sobria. E «quartiere» potrebbe anche voler dire, più genericamente, un determinato «target di domanda», raggiunto tramite azioni pubblicitarie, convenzioni, o contatti stabiliti «porta a porta».

Ognuno dunque scelga i propri interlocutori per organizzare la promozione dell'offerta, esaminandone le caratteristiche ed evitando di stabilire accordi di lungo periodo, soprattutto senza aver prima sperimentato i risultati.

Inizialmente conviene mettere in preventivo una più ampia varietà di soluzioni, poi, in base all'andamento delle prenotazioni (di cui, per quanto possibile, occorre indagare la provenienza), si scarteranno i canali meno efficaci, fino a definire la strategia promozionale «di mantenimento», capace comunque di assicurare un certo «eccesso» di domanda rispetto alle disponibilità, e canali alternativi fra loro.

Arrivare in modo soddisfacente a questo «mantenimento» non è sempre facile. In bassa stagione i vuoti sono inevitabili, l'eccesso di domanda irraggiungibile, salvo poi capirsi su quale sia effettivamente da definire bassa stagione: per località di interesse prevalentemente balneare, e quindi estivo, potrebbe limitarsi a picchi molto forti di domanda in due mesi l'anno; per località od offerte non particolarmente attraenti, la domanda si concentrerà ugualmente nei mesi di più estesa fruizione delle ferie, quindi, ugualmente, in estate; per località collinari di interesse culturale o naturalistico potrebbe invece allargarsi a sette

Ecco cosa prevede l'Inail per l'agriturismo

L'Inail (Istituto nazionale per l'assicurazione contro gli infortuni sul lavoro), a seguito dell'art. 3 del decreto legislativo 228/2001 (riportato a pag. 5), ha indicato con la nota n. SPL/11/04 del 15-01-2004 i requisiti per poter iscrivere nei propri elenchi gli addetti agli agriturismi in qualità di lavoratori agricoli.

La tutela previdenziale, oltre che al titolare dell'impresa e ai dipendenti, è stata estesa anche ai collaboratori familiari. Infatti, sempre a seguito del Decreto legislativo 228/2001, possono essere addetti ad attività agrituristica e sono considerati lavoratori agricoli ai fini della vigente disciplina previdenziale, assicurativa e fiscale, i familiari di cui all'art. 230 bis del codice civile, e tutti coloro che svolgono mansioni lavorative nell'agriturismo, siano essi subordinati oppure autonomi in qualità di familiari coadiuvanti.

Questi ultimi vanno individuati sulla base dell'art. 230 bis del codice civile e sono il coniuge, i parenti entro il terzo grado e gli affini entro il secondo. Per il requisito della prevalenza occorre fare riferimento al Dlgs 99/2004 che ha istituito la nuova figura dell'Imprenditore agricolo professionale (Iap). Secondo tale decreto è Iap colui che, in possesso di conoscenze e competenze professionali prescritte dal Regolamento CE n. 1257/1999, dedichi alle attività agricole di cui all'art. 2135 del codice civile, direttamente o in qualità di membro di società, almeno il 50% del proprio tempo di lavoro complessivo e ricavi dalle attività medesime almeno il 50% del proprio reddito globale da lavoro. Per l'imprenditore che opera nelle zone svantaggiate indicate dal medesimo Regolamento comunitario, i requisiti predetti sono ridotti al 25%.

L'Inail avverte, infine, che, nel caso in cui un'azienda sia stata iscritta, prima della nuova disciplina, nel settore industria per lo svolgimento delle attività connesse, deve essere cancellata la posizione assicurativa esistente nel settore industriale, cosicché anche l'attività connessa (tra cui quella agrituristica) verrà trasferita nel settore agricolo, al pari di quella principale della coltivazione e/o allevamento di animali.

Marcello De Luigi

o otto mesi l'anno, ma con una domanda più regolare, mai tanto alta, raramente molto bassa.

La seconda condizione è evidentemente più favorevole: bisogna tendere ad affrancare la propria offerta dalla semplice domanda «di luogo», per giungere ad una domanda mirata sull'azienda e sulle sue proposte, il più possibile fruibili nei diversi periodi dell'anno.

Essenziale è dotarsi anche di strumenti propri di presentazione: un biglietto da visita o un volantino «leggero» (quindi poco costoso) da poter diffondere generosamente e che rimandi al sito Internet o al contatto telefonico; un pieghevole o un opuscolo, più dettagliati, da poter consegnare a soggetti che dimostrino un interesse già «maturo» oppure non dispongano di collegamento ad Internet; un sito Internet dove poter, a costi molto bassi, e con facilità di aggiornamento, dare invece informazioni complete sull'offerta.

Soprattutto per armonizzarsi con la comunicazione di chi consulta Internet, è anche essenziale saper usare la posta elettronica, scaricandola quotidianamente e rispondendo immediatamente anche attraverso messaggi-tipo da personalizzare, che consentano di ridurre al minimo l'impegno di tempo.

Attenzione però a non esagerare con la razionalizzazione nell'uso del tempo: meglio gestire bene poche richieste di informazioni, che rispondere in fretta a tante: chi sta dall'altra parte avverte la differenza fra un freddo messaggio standardizzato e invece segni di cortesia, completezza delle informazioni, cordialità, accoglienza. Anche questi segni, al di là delle obiettive caratteristiche della zona o dell'azienda, contribuiscono a trasformare in prenotazione una semplice richiesta di informazioni.

Molto importante è la modulazione dei prezzi in base al livello medio di domanda registrato precedentemente in un determinato periodo dell'anno; e in bassa stagione è necessario proporre offerte speciali, nel prezzo e nel contenuto, trovando i canali per trasmetterle. Internet, sotto questo profilo, è uno strumento molto adatto, ma occorre trovare siti che permettano, a basso costo, di andare oltre la semplice presentazione «standard» dell'azienda, offrendo spazio anche a questo tipo di comunicazioni.

Difficile stabilire quanto occorra investire annualmente in promozione. Se i posti letto sono pochi, e pochi i posti tavola, si può scegliere una strategia «leggera» (1.000 euro possono anche bastare); ma anche la zona in cui ci troviamo ha il proprio peso, almeno fino a quando non riusciremo a fidelizzare un buon numero di clienti, che ritornino spesso e che producano un buon passaparola.

Ritorni e passaparola possono rappresentare, dopo tre o quattro anni di attività, anche il 30% della domanda: l'economia sulla promozione, in tal caso, è notevole.

Inizialmente si deve anche sostenere il costo di realizzazione del sito Internet (a seconda della complessità si va, orientativamente, dai 100 ai 400 euro; la tenuta in linea costa ogni anno dai 100 ai 250 euro; se poi chiediamo assistenza per avere buona posizione sui motori di ricerca, il costo può salire anche notevolmente (più ci si lavora, migliore è la posizione, ma bisogna stare attenti al rapporto costi/benefici).

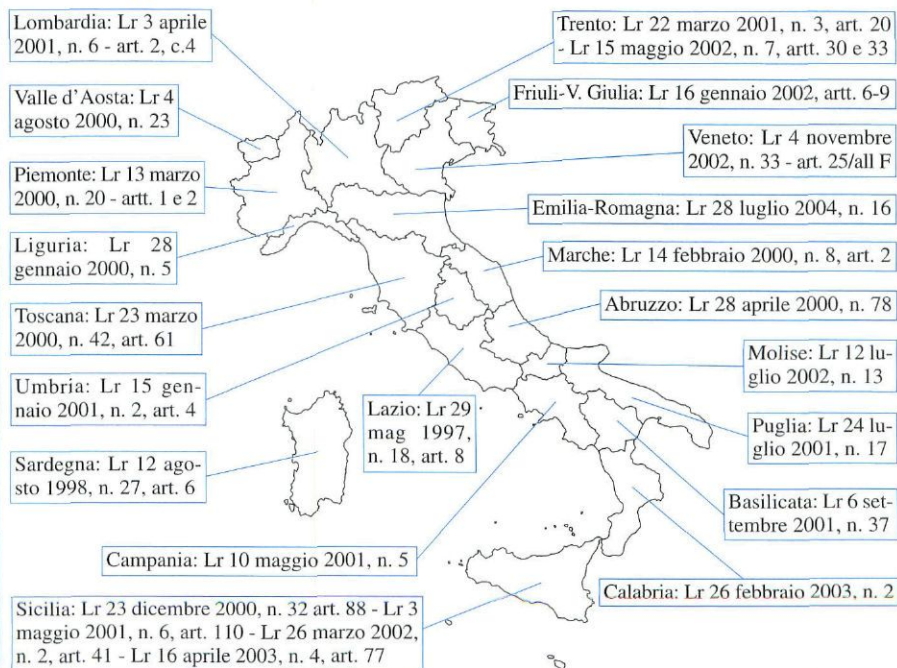
Se ci rivolgiamo ad una agenzia, facciamo attenzione ad evitare clausole contrattuali vessatorie, come la concessione di esclusiva sulla prenotazione di alcuni alloggi senza impegno, da parte dell'agenzia, a riconoscere, anche nel caso di mancate prenotazioni, un minimo garantito. Raramente, vista la diffusa crisi dell'intermediazione, le agenzie concedono tale minimo, quindi meglio riservare loro la prenotazione, se proprio non è possibile evitarlo, solo nella bassa stagione e solo «a tempo» (nel senso che l'esclusiva per la prenotazione di una determinata giornata, ad esempio il 1° agosto, cessa 30 giorni prima, cioè il due luglio e da quel giorno, per il 1° agosto, l'azienda può effettuare le prenotazioni in proprio).

La commissione richiesta dalle agenzie varia a seconda del sistema di vendita: se l'agenzia si propone esclusivamente al cliente finale, cioè al pubblico, il 10% può bastare; se invece è un tour-operator, pubblica un catalogo e sono coinvolti anche altri operatori, la commissione sarà almeno del 20%.

La soluzione «Bed & Breakfast»

Consiste nell'offerta di camere e prima colazione per un numero limitato di persone. È una soluzione certamente più facile, ma fare agriturismo è un'altra cosa

Quando l'ospitalità dell'azienda agricola si limita all'offerta di camere con prima colazione, per un numero di ospiti molto limitato (di solito 4-8 persone), è anche possibile prendere in considerazione, ai fini dell'inquadramento normativo e della relativa autorizzazione, la soluzione del cosiddetto «Bed & Breakfast», generalmente definito come ospitalità familiare occasionale.

Il «B&B» non è un tipo di struttura ricettiva turistica specificamente riferito all'offerta di una azienda agricola: si può organizzarlo in città, in paese o in campagna, indifferentemente. I requisiti per rientrare in tale categoria sono stabiliti da leggi regionali, spesso difformi fra loro poiché ancora non esiste una normativa statale quadro. In generale, le Regioni concordano sui seguenti principi:

L'offerta limitata alle camere con prima colazione, il cosiddetto «Bed & Breakfast», è un tipo di ospitalità soggetto a norme completamente diverse da quelle che regolano l'agriturismo

Modello di denuncia di inizio dell'attività di «Bed & Breakfast»

Integrare o modificare tale modello tenendo conto delle procedure amministrative e dei documenti previsti da ciascuna legge regionale. Utilizzare modulistica prestampata, ove disponibile.

Al Sindaco del Comune di ....

Oggetto: denuncia di inizio dell'attività di "Bed & Breakfast"

Il/la sottoscritto/a .... nato/a a .... il ....
residente a .... in Via.. n. ....
codice fiscale .... tel. ....

COMUNICA

ai sensi della Lr n. .... del .... *(riportare gli estremi della legge regionale che disciplina il B&B)* e della Legge n. 241 art. 19 del 07-08-1990 *(riguarda lo snellimento delle procedure amministrative)*, che darà inizio, a decorrere dalla data di presentazione della presente, ad una attività di Bed & Breakfast nell'unità immobiliare sita nel territorio di questo Comune, in Via ....
.... n. .... denominata ....
.... / dove / nelle vicinanze della quale/ il sottoscritto è residente ed abita stabilmente.
Consapevole delle conseguenze civili e penali di dichiarazioni non veritiere (artt. 46, 47, 75 e 76 del Dpr 28-12-2000, n. 445)

dichiara

(per la corretta esposizione delle dichiarazioni che seguono, riportare obblighi e limiti stabiliti dalla normativa regionale)

- di essere nella piena disponibilità dell'immobile in cui si svolge l'attività in forza di / atto di acquisto / successione / contratto di affitto /concessione di usufrutto / comodato d'uso/ come allegato;
- di non aver riportato condanne penali né di essere in qualsiasi altra situazione che impedisca, ai sensi della vigente normativa, l'esercizio dell'attività (art. 11 del Tulps approvato con Rd 18-6-1931, n. 773) ;
- che non sussistono, per sé e per i propri familiari, cause di divieto, di decadenza o di sospensione di cui all'art. 10 dalle Legge 31 maggio 1965, n. 575 e successive modifiche e integrazioni (antimafia);
- che l'attività viene esercitata in n. .... camere e con n. .... posti letto, servite da n. .... locali bagno riservati agli ospiti e da sala per la somministrazione della prima colazione, come evidenziati nell'allegata planimetria;
- che i locali destinati all'attività hanno i requisiti igienico-sanitari previsti dal Regolamento Edilizio Comunale vigente;
- che le caratteristiche e le dotazioni delle camere da letto, dei servizi igienici, dei locali comuni, nonché di preparazione della prima colazione, rispondono ai requisiti di legge;
- che l'ospitalità avrà carattere occasionale e si svolgerà dal .... al ....;
- di essere a conoscenza dell'obbligo di comunicazione annuale o semestrale dei prezzi, ed allega, a tal fine, la comunicazione relativa all'anno in corso *(utilizzare la modulistica regionale, indicata dal Comune)*;
- di autorizzare la raccolta dei propri dati personali per l'emanazione del provvedimento amministrativo ai sensi dell'art. 13 del Dlgs n. 196 del 30-06-2003.
- di essere a conoscenza che, ai sensi dell'art.19 della Legge 241/90, l'Amministrazione Comunale verificherà d'ufficio, entro 60 giorni dalla ricezione della denuncia, la sussistenza dei presupposti e dei requisiti di legge richiesti, in mancanza dei quali disporrà la cessazione o sospensione dell'attività.

Allegati:
- copia di un proprio documento di identità;
- dichiarazione prezzi per l'anno in corso;
- titolo comprovante la disponibilità dell'immobile;
- planimetria della abitazione con evidenza dei locali a disposizione degli ospiti.

Data e Firma ....

– residenza del titolare sul posto (l'ospite è accolto nella casa del titolare o in un edificio attiguo);
– occasionalità dell'attività (in realtà le Regioni indicano periodi di ricezione variabili fra sei e nove mesi l'anno che poco hanno a che vedere con un reale principio di occasionalità);
– somministrazione della prima colazione limitata alla preparazione delle bevande (caffè, caffellatte, ecc.) e alla disponibilità di alimenti confezionati (nel caso sia consentito preparare alimenti in proprio, come torte, crostate, biscotti, occorre una autorizzazione sanitaria);
– limitazione del numero massimo di posti letto compresa fra 4 e 8 unità;
– avvio dell'attività previa semplice comunicazione al Sindaco;
– obbligo di comunicazione annuale delle tariffe.

Avviare e gestire una attività di «B&B» è dunque certamente più semplice che avviare e gestire una attività agrituristica; tuttavia ci sono alcuni svantaggi. Il primo è di natura fiscale: trattandosi di attività commerciale occasionale, tutti i ricavi (documentati da ricevuta senza applicazione di Iva) costituiscono reddito imponibile. Vi è poi il limite riguardante la qualità delle prime colazioni (l'ospitalità di una azienda agricola mal si combina con il cornetto confezionato) e l'impossibilità di offrire ristorazione. Inoltre, quando si utilizza per l'ospitalità un alloggio autonomo rispetto all'abitazione in cui vive l'agricoltore (ed è la norma, in quanto è ormai impensabile condividere con estranei la propria abitazione), interviene anche l'applicazione dell'Ici. Infine... non ci si può chiamare agriturismo, e oggi questa «etichetta» vale molto. ❑

INDIRIZZI UTILI

AGRITURISMO:

Agriturist - Corso Vittorio Emanuele, 101 - 00186 Roma - Tel. 06 6852337 - Fax 06 6852424 - E-mail: agritur@confagricoltura.it - Internet: www.agriturist.it

Agrivacanze - Via Tevere, 20 - 00198 Roma - Tel. 06 8559898 - Fax 06 8553891 - Internet: www.agrivacanze.net

Terranostra - Via XXIV Maggio, 43 - 00187 Roma - Tel. 06 4682370 - Fax 06 4682204 - E-mail: terranostra@coldiretti.it - Internet: www.terranostra.it

Turismo Verde - Via M. Fortuny, 20 - Tel. 06 32687208 - 06 32687430 - Fax 06 3235965 - 00196 Roma - E-mail: turismoverde@cia.it - Internet: www.turismoverde.it

BED & BREAKFAST:

Associazione nazionale Bed & Breakfast e affittacamere - Tel. 041 731429 - Fax 041 2769546 - E-mail: info@anbba.it - Internet: www.anbba.it

Con la vendita diretta dei prodotti la ricchezza creata rimane in azienda

La vendita diretta dei prodotti propri, da parte degli agricoltori, è una attività che ha tradizioni antiche e fortemente radicate; oggi, con l'agriturismo e la multifunzionalità, può dare un contributo importante all'economia delle piccole aziende.

Preziosi valori aggiunti

La vendita diretta consente di recuperare gran parte del reddito che, nel sistema distributivo convenzionale, è appannaggio del settore commerciale

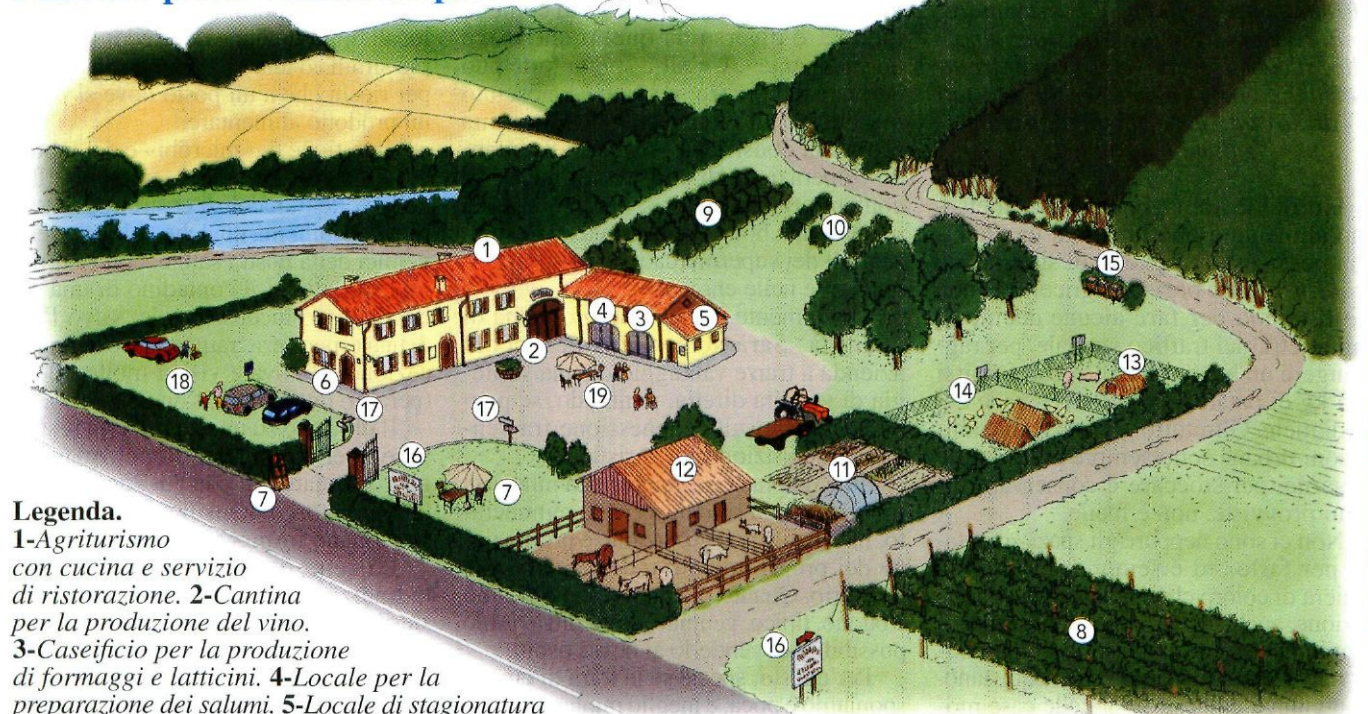
I mezzi di informazione, facendo rimbalzare l'allarme dell'opinione pubblica per l'aumento dei prezzi dei generi alimentari, si sono più volte soffermati ad analizzare la formazione del prezzo al dettaglio, spesso moltiplicato di tre o quattro volte rispetto a quanto pagato al produttore, primo anello della catena commerciale. Tra l'altro, a fronte di un generalizzato aumento dei prezzi al consumo, si registra un livello sostanzialmente stabile dei prezzi alla produzione, con alcuni casi addirittura di diminuzione. Ciò significa che le aziende agricole producono maggior ricchezza per altri e non per sé, missione certamente meritoria ma in evidente contraddizione con lo stato dei redditi del settore agricolo, di solito inferiori a quelli del settore commerciale.

La vendita diretta dei propri prodotti, dunque, può portare all'azienda agricola un incremento teorico del fatturato di tre o quattro volte. Definiamo, tuttavia, tale aumento «teorico», perché non è per niente facile vendere tutta la propria produzione, sul posto, al consumatore finale: bisogna riuscire a raggiungerlo, bisogna indurlo a spostarsi presso di noi, bisogna che gradisca ciò che gli proponiamo.

La quota di prodotto che possiamo vendere direttamente dipende, evidentemente, dalle dimensioni dell'azienda, e, di conseguenza, dalle quantità da vendere; dipende anche dal tipo di prodotti di cui disponiamo, dalla loro serbevolezza, che, quando elevata, ci permette di stabilire con il mercato un rapporto più favorevole. L'importante è mettersi in cammino, fare tutto il possibile per eliminare o ridurre l'intermediazione, per conquistare almeno una parte di quel «teorico» aumento di fatturato.

La chiave per incamminarci su questa strada si chiama «turismo rurale» e soprattutto «agriturismo»: il consumatore si sposta volentieri da casa propria alla campagna, se la campagna gli offre non solo la possibilità di fare la spesa (ragionevolmente a condizioni migliori rispetto al supermercato o al negozio di città), ma anche una opportunità di svago, di interesse, di relax. Quanto più questa opportunità è concreta, tanto più il consumatore affollerà le nostre campagne senza chiedere in cambio il «rimborso» monetario del proprio viaggio. Anzi... oltre alla spesa per l'acquisto dei prodotti, sarà anche disponibile a pagare per l'ospitalità!

Fanno in parte eccezione le aziende agricole collocate nelle immediate vici-

Progetto di un'azienda agrituristica con servizio di ristorazione e annesso punto vendita dei prodotti

Legenda. **1**-*Agriturismo con cucina e servizio di ristorazione.* **2**-*Cantina per la produzione del vino.* **3**-*Caseificio per la produzione di formaggi e latticini.* **4**-*Locale per la preparazione dei salumi.* **5**-*Locale di stagionatura di salumi o formaggi.* **6**-*Punto vendita di vini, formaggi, olio, salumi, miele, pasta, uova, frutta, ortaggi e conserve alimentari.* **7**-*Cassette e chiosco per la vendita diretta di prodotti ortofrutticoli sulla strada.* **8**-*Vigneto.* **9**-*Frutteto.* **10**-*Oliveto.* **11**-*Orto.* **12**-*Stalla per vacche da latte.* **13**-*Porcilaia per l'allevamento di maiali.* **14**-*Allevamento di animali di bassa corte: polli, anatre, oche, tacchini, conigli, ecc.* **15**-*Apiario.* **16**-*Segnaletica ben visibile in prossimità dell'accesso all'azienda.* **17**-*Segnaletica interna che indirizza i clienti verso il punto vendita.* **18**-*Parcheggio.* **19**-*Area di sosta pedonale*

Il punto vendita di un'azienda agrituristica già dall'esterno deve comunicare un'idea di ordine e pulizia. Nella foto, lo spaccio di un'azienda che vende direttamente i formaggi caprini prodotti con il latte della propria stalla, lavorato nel piccolo caseificio aziendale

nanze delle città, che rappresentano un punto vendita facilmente raggiungibile, anche se «un po' più lontano» (ma, presumibilmente, più genuino e conveniente) rispetto a quello vicino a casa.

Non è, d'altra parte, trascurabile la sosta occasionale di turisti in viaggio presso i chioschi che, lungo le strade, le aziende agricole apprestano, soprattutto nella stagione estiva, lungo le direttrici che portano al mare, per presentare i propri prodotti: i pendolari delle vacanze rappresentano spesso una clientela fedele ed assidua.

Nuovi indirizzi produttivi

I prodotti che si prestano alla vendita diretta sono quelli che il consumatore può conservare senza difficoltà: vino, olio, succhi di frutta, conserve di frutta e ortaggi, miele, legumi secchi, vegetali disidratati, erbe officinali, pasta, salumi e formaggi

È difficile immaginare che il fabbisogno alimentare quotidiano di una famiglia possa essere oggetto di sistematico acquisto diretto presso l'agricoltore: non c'è il tempo per fare alcune decine di chilometri, nel traffico stradale, per raggiungere un luogo distante dove fornirsi di 5 kg di patate, 2 kg di melanzane e 3 kg di mele. Oltretutto gli spazi delle abitazioni urbane sono sempre più ridotti e trovarne, per stoccare e conservare ingenti provviste, non è facile.

Non ci sono neppure gli spazi «mentali» per farlo, ed è sempre più larga la schiera di coloro che giudicano la conservazione, anche breve, come una perdita di genuinità; oppure non sanno come conservare correttamente ciò che acquistano. Si aggiunga a questo che, nelle case moderne, mancano quei luoghi freschi e non troppo illuminati, che una volta custodivano, anche a lungo, i prodotti della terra.

Va da sé che la vendita diretta «tira» soprattutto per quei prodotti che è possibile conservare a lungo senza particolari cure. Sono, per questo, oggetto privilegiato di vendita diretta in quantità rilevanti: i prodotti confezionati in contenitori (vino, olio, succhi di frutta, conserve di frutta e ortaggi, miele, ecc.) oppure i prodotti secchi (legumi, vegetali disidratati, erbe officinali, pasta, ecc.) e poi salumi e formaggi non in porzioni. Tutto il resto si vende in piccole quantità e il successo dell'operazione dipende dalla intensità del movimento di visitatori sul territorio.

Ma una spinta forte verso la preferenza ad acquistare sul posto viene dalla particolarità di quanto il visitatore porterà a casa, dalla difficoltà di poterlo trovare in un punto vendita urbano, dall'orgoglio di poter dire agli amici invitati a cena: «Questo viene da... ho visto come lo fanno... è diverso da quello che trovo normalmente». Un'altra spinta forte può derivare dal prezzo: un vino sconosciuto ma buono può suggerire di farne una provvista consistente, magari affrontando l'operazione di un travaso in casa in contenitori «da tavola», perché costa la metà di una bottiglia affermata... e, sugli scaffali dei supermercati, ce ne sono tante... tante nelle enoteche...

Ovviamente è anche un problema di quantità. Sarà soprattutto la piccola azienda a trarre vantaggio da una strategia di vendita diretta, puntando, se possibile, anche sulla connessione fra vendita e ristorazione agrituristica.

Tale ristorazione rappresenta infatti un momento, non solo di servizio remunerato, ma anche di degustazione e promozione dei propri prodotti e dei prodotti del territorio. Quanto più quello che offriamo è buono, tipico, genuino, tanto più avremo possibilità di venderlo ai nostri ospiti.

Per questo, specie se la terra di cui disponiamo è poca, è meglio puntare su prodotti di qualità, su varietà vegetali e razze animali locali, che diano origine a «cose» gustose e comunque diverse da quelle che comunemente si trovano sul mercato.

L'azienda agrituristica può fare di più: educare al gusto i propri ospiti, organizzando corsi di cucina e degustazioni guidate, che diano loro nuovi strumenti di valutazione di quanto mangiano. Oggi sono sempre più numerosi coloro che mangiano per gusto e non per necessità di nutrizione: si mangia più qualità che quantità. E allora è bene che la domanda di cibo sia educata alla qualità.

Come organizzarsi

Igiene e ordine sono requisiti indispensabili per i locali di preparazione dei prodotti e per il punto vendita dell'azienda

Anche l'occhio vuole la sua parte... Le aziende contadine di una volta, nelle quali acquirenti pionieri venivano accompagnati in cantine buie e disordinate, dove si spillava il vino con «succhio» d'aria dal tubo, saranno state forse più romantiche delle attuali, ma certamente obbligavano a superare più di una perplessità, se non altro di ordine igienico.

La suggestione, di letteraria memoria, della pietra preziosa (buon vino, buon formaggio) che spunta dal «letamaio» (cantina o caseificio di fortuna, che sia), non è proprio per tutti, e soprattutto non è «gradita» alle... autorità sanitarie. Ci sarebbe anche molto da obiettare sulla possibilità di produrre «pietre preziose» in condizioni organizzative tanto precarie, anche se, a volte, l'eccesso di requisiti igienici, introdotto dalle normative più recenti, fa dei locali di produzione dei freddi laboratori, più simili ad una sala operatoria di clinica per ricchi che a un posto dove si prepara un prodotto alimentare.

Questione di «microbi» e del modo in cui li guardiamo questi «microbi»: il più delle volte miracolosi costruttori di sapori inimitabili, ma qualche volta aggressivi nemici della nostra salute, con esiti perfino letali, di cui il contadino di una volta era del tutto inconsapevole, salvo l'aiuto di una esperienza tramandata e di una percezione olfattiva e visiva molto allenata (peraltro tuttora utili, l'una e l'altra).

Il dibattito su questa materia resta vivo e aperto, soprattutto per quanto riguarda i materiali con cui sono realizzati contenitori e utensili e i locali dove si stagionano formaggi e salumi.

L'igiene, quando si tratta di specialità tradizionali, non è solo scienza dello sterile (niente contaminazioni), ma è soprattutto scienza delle contaminazioni, come abbiamo imparato dal vino, dal pane, e da tante altre trasformazioni che senza «contaminazioni» microbiche non esisterebbero.

Conclusione: un buon prodotto non si fa in condizioni igieniche precarie, ma salvaguardando selettivamente quei fattori di contaminazione «buona» che lo

rendono spesso unico. Chi visita il nostro caseificio o la nostra cantina deve percepire quest'«arte», anche visivamente, sia esso consumatore o autorità sanitaria. I protocolli di preparazione dei prodotti certificati Dop (Denominazione di origine protetta) o Igp (Indicazione geografica protetta) o tradizionali, vanno in questa direzione.

Questo per quanto riguarda il luogo di produzione, dove, soprattutto se si tratta di ospiti agrituristi o di studenti in visita didattica, è bene che si possa entrare, vedere e imparare. Poi c'è il punto vendita dove invece devono regnare ordine e buona visibilità di quanto proponiamo, anche con l'aiuto di locandine che indichino specialità e prezzi.

È bene che il locale conservi la caratteristica di una dispensa rurale invece di somigliare ad un normale negozio, e che, invece che dal comune banco frigorifero con vetrina, si preferisca tirare fuori dal frigo quanto richiesto. Il legno, per banchi e scaffali, è da preferire all'acciaio, salvo poi adeguarsi alle norme sull'igiene dei taglieri che in legno sono considerati poco igienici.

A seconda del movimento di pubblico sarà opportuno che il punto vendita sia tenuto aperto ad orari prestabiliti, che si determineranno via via per esperienza, con il presidio costante di uno o più addetti, oppure si rivelerà sufficiente rendersi facilmente reperibili all'arrivo di qualche acquirente. È consigliabile la contiguità fra il locale ufficio, presso cui si cura l'amministrazione dell'azienda, e il punto vendita, in modo da poter continuare a svolgere attività utili pur tenendo d'occhio l'eventuale arrivo di acquirenti.

L'arredo del punto vendita può riprendere alcune delle soluzioni stilistiche che caratterizzano gli ambienti più significativi dell'abitazione rurale; possono essere anche utilizzati elementi dell'arredo originale o dell'artigianato locale

Per quanto riguarda l'arredo interno, i materiali da utilizzare sono quelli di tipo naturale come il legno e il ferro; è da escludere l'impiego di scaffalature di tipo industriale-commerciale

Le normative

Diverse leggi regolano questa attività per quanto riguarda le norme igienico-sanitarie, la vendita di prodotti non propri e gli aspetti fiscali

La vendita diretta dei prodotti aziendali da parte di un agricoltore appartiene ad una consolidata tradizione ed è per questo autorizzata con procedure semplificate che non richiedono la vera e propria licenza di commercio.

Le norme igienico-sanitarie. Norma di riferimento sulla materia è la Legge 9 febbraio 1963, n. 59 (pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* n. 44 del 16-2-1963), che inizialmente prevedeva l'obbligo di chiedere l'autorizzazione al Sindaco del Comune di appartenenza per effettuare la vendita diretta dei prodotti, fermo restando l'obbligo al rispetto delle disposizioni igienico-sanitarie anche mediante l'attivazione di un sistema di autocontrollo HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points, cioè analisi dei rischi e definizione dei punti critici da controllare) del rischio ai sensi del Decreto legislativo 26 maggio 1997, n. 155.

L'autocontrollo si realizza attraverso la redazione e l'osservanza di un apposito manuale aziendale di buona prassi igienico-sanitaria, nel quale siano analizzate le potenziali fonti di rischio per la salute derivanti da qualsiasi manipolazione di generi alimentari e si indichino i comportamenti appropriati per evitarne le conseguenze.

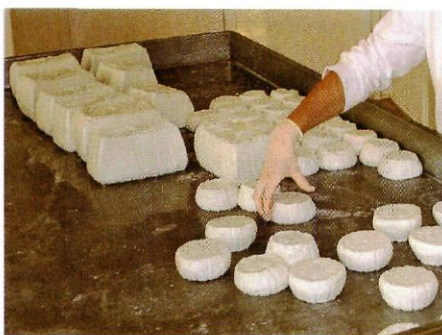
L'azienda che vende direttamente i propri prodotti deve applicare l'autocontrollo sia nella lavorazione dei prodotti (ad esempio preparazione di vino, olio, conserve), sia nel confezionamento, nella conservazione e nell'eventuale porzionamento dei prodotti stessi.

Obiettivo del manuale, che prevede anche la registrazione scritta delle operazioni di prevenzione periodica del rischio igienico (periodicità delle disinfestazioni, calendario delle pulizie del locale), è impedire contaminazioni fisiche e microbiologiche dannose alla salute, provenienti da cattiva igiene degli operatori, del locale, delle attrezzature.

I principi generali di buona pratica igienico-sanitaria riguardano soprattutto:
- la rimozione quotidiana da muri e pavimenti della polvere e di eventuali residui organici, con successivo lavaggio;
- l'impedimento all'accesso nei locali di lavorazione e di vendita, ed eventualmente l'eliminazione, di insetti, ragni, topi e altri «ospiti» indesiderati;
- l'accurata pulizia quotidiana dei piani di lavoro, degli arredi, dei contenitori e degli utensili che siano stati a contatto con sostanze organiche;
- l'accurata rimozione dai luoghi destinati agli alimenti dei detersivi e dei disinfettanti utilizzati per la pulizia;
- la custodia rigorosamente separata di qualsiasi sostanza non alimentare, o addirittura tossica, rispetto alla collocazione dei generi alimentari;
- la prevenzione della cosiddetta contaminazione «crociata», cioè la contaminazione microbiologica che può determinarsi dal contatto, o dalla vicinanza, di alimenti di diversa natura (per esempio, prodotti vegetali e prodotti a base di carne);
- la prevenzione di contaminazioni, dall'uomo all'alimento, per cattiva igiene delle mani, oppure per trasmissione tramite saliva, capelli, ecc.

Le norme amministrative e fiscali. Alla citata Legge 59/63 ha fatto seguito il Decreto legislativo n. 228 del 18 maggio 2001 (pubblicato sulla *Gazzetta Ufficiale* n. 137 del 15-6-2001), che all'articolo 4 modifica le norme della Legge precedente (peraltro sempre vigente in quanto non abrogata), in quanto consente di presentare al Comune una semplice comunicazione di inizio attività (anziché

chiedere l'autorizzazione), consentendo anche (sempre senza la licenza commerciale) la vendita di prodotti non propri, purché in misura inferiore ai prodotti propri (il confronto si effettua in base al fatturato) ed entro un valore non superiore a euro 41.300 (80 milioni di lire), elevato a 1.032.900 euro per vendite in forma associata.

Dal punto di vista fiscale si registrano importanti novità recentemente introdotte. In applicazione della Legge 24 dicembre 2003, n. 350, con Decreto ministeriale del 19 marzo 2004 (pubblicato sulla *Gazzetta Ufficiale* n. 78 del 2 aprile 2004) è stata infatti notevolmente allargata la rosa dei prodotti trasformati per i quali il reddito derivante dalla vendita diretta, imponibile ai fini Irpef, è considerato agricolo, così come già era per i prodotti non trasformati e per i soli vino, olio e formaggio. In linea generale, la lista contiene tutti i prodotti ottenuti da

La lavorazione dei prodotti deve svolgersi nel rispetto delle norme igienico-sanitarie, anche mediante l'attivazione di un sistema di autocontrollo HACCP (vedi testo)

prima trasformazione, cioè quelli per la preparazione dei quali si impieghino esclusivamente materie prime provenienti direttamente dalla coltivazione o dall'allevamento di animali. Ad esempio, è considerato di prima trasformazione il vino, in quanto ottenuto dall'uva, mentre non lo è la grappa che si ottiene da un ulteriore processo di distillazione.

Per i prodotti derivanti da ulteriore trasformazione, se sono riconducibili all'attività agricola esercitata, si può determinare il reddito imponibile su base forfetaria pari al 15% dei ricavi al netto dell'Iva, mentre l'Iva si versa all'erario in misura pari al 50% dell'Iva incassata.

Resta fermo che queste norme si applicano esclusivamente quando il prodotto venduto sia proprio, cioè trasformato in azienda, o anche in un laboratorio esterno per conto dell'azienda, impiegando materia prima proveniente prevalente dal proprio fondo.

La normativa sulla vendita diretta, pur contenendo importanti agevolazioni per gli imprenditori agricoli, disciplina una casistica piuttosto complessa e articolata, per cui raccomandiamo, per una sua corretta interpretazione ed applicazione, di avvalersi della assistenza delle Associazioni di categoria o di commercialisti specificamente competenti in materia.

Per incentivare le aziende agricole allo sviluppo della vendita diretta del proprio prodotto, sono previsti dalle Regioni contributi finanziari. Si tratta soprattutto di interventi svolti nel quadro dei Piani di sviluppo rurale, cofinanziati dall'Unione Europea e dalle stesse Regioni, con specifico riferimento ai piani di miglioramento delle aziende agricole.

L'entità del contributo e le condizioni per beneficiarne sono indicati in appositi bandi emanati dalle Regioni. Generalmente il sostegno regionale varia dal 30 al 50% a seconda delle caratteristiche del progetto, dell'età e del sesso del richiedente, e della zona interessata. I bandi sono consultabili tramite Internet, nei siti istituzionali delle Regioni, chiamando le parole chiave «piano di sviluppo rurale» tramite un motore di ricerca (Google, Libero, Virgilio, ecc.). Per l'assistenza nella elaborazione e nella presentazione dei progetti, si suggerisce di rivolgersi alle Associazioni di categoria.

Decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 228

Art. 4. Esercizio dell'attività di vendita

1. *Gli imprenditori agricoli, singoli o associati, iscritti nel registro delle imprese di cui all'art. 8 della Legge 29 dicembre 1993, n. 580, possono vendere direttamente al dettaglio, in tutto il territorio della Repubblica, i prodotti provenienti in misura prevalente dalle rispettive aziende, osservate le disposizioni vigenti in materia di igiene e sanità.*

2. *La vendita diretta dei prodotti agricoli in forma itinerante è soggetta a previa comunicazione al Comune del luogo ove ha sede l'azienda di produzione e può essere effettuata decorsi trenta giorni dal ricevimento della comunicazione.*

3. *La comunicazione di cui al comma 2, oltre alle indicazioni delle generalità del richiedente, dell'iscrizione nel registro delle imprese e degli estremi di ubicazione dell'azienda, deve contenere la specificazione dei prodotti di cui s'intende praticare la vendita e delle modalità con cui si intende effettuarla, ivi compreso il commercio elettronico.*

4. *Qualora si intenda esercitare la vendita al dettaglio non in forma itinerante su aree pubbliche o in locali aperti al pubblico, la comunicazione è indirizzata al Sindaco del Comune in cui si intende esercitare la vendita. Per la vendita al dettaglio su aree pubbliche mediante l'utilizzo di un posteggio la comunicazione deve contenere la richiesta di assegnazione del posteggio medesimo, ai sensi dell'art. 28 del Decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114.*

5. *La presente disciplina si applica anche nel caso di vendita di prodotti derivati, ottenuti a seguito di attività di manipolazione o trasformazione dei prodotti agricoli e zootecnici, finalizzate al completo sfruttamento del ciclo produttivo dell'impresa.*

6. *Non possono esercitare l'attività di vendita diretta gli imprenditori agricoli, singoli o soci di società di persone e le persone giuridiche i cui amministratori abbiano riportato, nell'espletamento delle funzioni connesse alla carica ricoperta nella società, condanne con sentenza passata in giudicato, per delitti in materia di igiene e sanità o di frode nella preparazione degli alimenti nel quinquennio precedente all'inizio dell'esercizio dell'attività. Il divieto ha efficacia per un periodo di cinque anni dal passaggio in giudicato della sentenza di condanna.*

7. *Alla vendita diretta disciplinata dal presente Decreto legislativo continuano a non applicarsi le disposizioni di cui al Decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114, in conformità a quanto stabilito dall'articolo 4, comma 2, lettera d), del medesimo Decreto legislativo n. 114 del 1998.*

8. *Qualora l'ammontare dei ricavi derivanti dalla vendita dei prodotti non provenienti dalle rispettive aziende nell'anno solare precedente sia superiore a lire 80 milioni per gli imprenditori individuali ovvero a lire 2 miliardi per le società, si applicano le disposizioni del citato Decreto legislativo n. 114 del 1998.*

La promozione

Dal semplice pieghevole alle mostre-mercato enogastronomiche, fino alle interessanti possibilità oggi offerte da Internet: ecco i canali per far conoscere i propri prodotti

Quante volte, lungo le strade, abbiamo incontrato indicazioni quali «frutta e verdura» oppure «vino bianco e rosso», sommariamente realizzate con uno spruzzo di vernice su una tavola di legno? Non sono certo il massimo per una buona presentazione, e oltretutto sono

illegali, ma rappresentano la prima «istintiva» forma di promozione della vendita diretta. Qualcuno installa un banco al margine della strada, di fronte all'ingresso dell'azienda, per farsi vedere meglio e per «captare» immediatamente l'automobilista di passaggio (anche per questo occorre l'autorizzazione per l'occupazione di suolo pubblico).

Decisamente migliore è l'idea di alcune zone di produzione di vini Doc dove il Consorzio di tutela presiede alla installazione, presso ciascuna azienda agricola, di un **cartello di indicazione** con il nome del produttore, cartelli tutti uguali che offrono una impressione ordinata e organizzata certamente incoraggiante.

Poi c'è chi fa le cose in grande (ma grande deve essere anche la produzione vendibile) e acquista cartelli pubblicitari lungo le strade, spiegando cosa vende e magari anche informando sulla congiunta possibilità di ristoro e pernottamento.

Tutto questo consente di intercettare soprattutto persone di passaggio, ma anche di farsi più facilmente trovare da chi ha scelto di venire da noi attraverso altri canali informativi, come le molte **guide enogastronomiche** disponibili in libreria, oppure in **Internet**.

Le guide ed Internet sono un altro mezzo importante per procurarsi acquirenti. Nel settore del vino, l'uso di questi mezzi pubblicitari è già molto diffuso e dà risultati significativi, anche se, nella ormai numerosissima varietà di offerte di pubblicità bisogna saper scegliere, e non è facile.

Occorre poi distinguere gli editori di guide che ospitano semplicemente offerte a pagamento, dagli editori di guide che selezionano le offerte e che, se sono stati capaci di affermarsi presso il pubblico come «affidabili», vendono molte copie ed hanno quindi una efficacia promozionale molto superiore ai primi.

Chi, oltre alla vendita diretta, fa anche agriturismo, tanto più se propone la ristorazione, è certamente in una posizione privilegiata per lo sviluppo della vendita diretta: gli ospiti possono assaggiare i prodotti disponibili e, se li apprezzano, ne fanno provvista prima di tornare a casa.

Essere attrezzati per far fronte ad **acquisti per corrispondenza** può aprire una ulteriore possibilità di incrementare la vendita diretta, sia presso coloro che non ci conoscono ma sono disposti a provare «a distanza», sia presso coloro che già hanno assaggiato le nostre specialità ma non possono evidentemente venirci a trovare ogni volta che devono reintegrare le scorte.

La vendita per corrispondenza si può fare in proprio, stabilendo il contatto tramite posta elettronica o telefono e poi spedendo con pagamento contrassegno. Ma oggi esiste anche la possibilità di ricevere direttamente gli ordini tramite Internet con pagamento on line attraverso la carta di credito; chi gestisce per nostro conto questo servizio richiede naturalmente una commissione sugli affari procurati e sul servizio di gestione dei pagamenti. È il cosiddetto e-commerce, che, diversamente dal commercio tradizionale oggi diffusamente in crisi, è in rapida crescita (nell'arco dell'ultimo anno si stima che gli acquisti siano raddoppiati).

Modello di denuncia di inizio dell'attività di vendita diretta dei prodotti

Integrare o modificare tale modello tenendo conto delle procedure amministrative e dei documenti previsti da ciascuna Legge regionale. Utilizzare la modulistica comunale prestampata, se disponibile.

Esente da bollo

Al Sindaco del Comune di ....

(la denuncia di inizio attività – Dia – va indirizzata ai Sindaci dei Comuni in cui si esercita l'attività di vendita; verificare che il Comune non disponga di propria modulistica per tale scopo)

Oggetto: denuncia di inizio dell' attività di vendita diretta di prodotti agricoli, ai sensi del Dlgs n. 228/2001 - *(ove ricorra)* domanda di assegnazione di area pubblica per l'esercizio dell'attività.

Il/la sottoscritto/a .... nato/a a .... il ....
residente a .... in Via.. n. ....
codice fiscale .... tel. ....
in qualità di titolare / legale rappresentante dell'Impresa Agricola denominata ....
.... con sede in ....
Provincia (..............) Via/Piazza.. n. ....
Cap .... P. Iva .... tel. .... iscritta al registro delle imprese in data .... col n. ...., presso la Cciaa di ....
....

COMUNICA

ai sensi della Legge 241/90, art. 19 e successive modifiche, e del Dlgs 228/01, art. 4, l'inizio dell'attività di vendita dei seguenti prodotti, provenienti in misura prevalente dalla propria azienda agricola, nei limiti stabiliti dal Dlgs 228/01:
(prodotti propri) ....
....
(prodotti non propri) ....
....

secondo le seguenti modalità:

In locale aperto al pubblico presso la propria azienda ☐
In locale aperto al pubblico sito nel territorio comunale, in Via/Piazza ....
.... n. .... ☐
In forma stabile su area pubblica ☐
In forma itinerante su area pubblica ☐
Tramite commercio elettronico ☐

(Ove ricorra) Si richiede contestualmente l'assegnazione dell'area comunale ove effettuare la vendita in forma stabile (Dlgs 18-05-2001 n. 228, art. 4).
(Ove ricorra) Si comunica che l'attività di vendita in forma itinerante avrà inizio decorsi 30 giorni dalla data della presente (Dlgs 18-05-2001 n. 228, art. 2).
Consapevole delle conseguenze civili e penali di dichiarazioni non veritiere (artt. 46, 47, 75 e 76 del Dpr 28-12-2000, n. 445),

dichiara

- di essere nella piena disponibilità dell'immobile in cui si svolge l'attività in forza di / atto di acquisto / successione / contratto di affitto /concessione di usufrutto / comodato d'uso/ come allegato;
- di non aver riportato condanne penali né di essere in qualsiasi altra situazione che impedisca, ai sensi della vigente normativa, l'esercizio dell'attività (art. 11 del Testo unico della legge di pubblica sicurezza approvato con Rd 18-6-1931, n. 773) ;
- che non sussistono, per sé e per i propri familiari, cause di divieto, di decadenza o di sospensione di cui all'art. 10 dalle Legge 31 maggio 1965, n. 575 e successive modifiche e integrazioni (antimafia);
- di essere in possesso, per lo svolgimento dell'attività, delle prescritte autorizzazioni sanitarie e di esercitare la vendita nel rispetto delle vigenti disposizioni igienico-sanitarie;
- che l'ammontare dei ricavi derivanti dalla vendita dei prodotti non provenienti dalla propria azienda, nell'anno solare precedente, non è stato superiore a € 41.316,55 (per gli imprenditori individuali) / € 1.032.913,79 (per le societa);
- di essere a conoscenza che, ove i limiti di fatturato sopra indicati fossero superati, cessano gli effetti della presente denuncia e si richiede il possesso di licenza di commercio;

Allegati (in quanto coerenti con la richiesta):
- copia di un documento di identità;
- titolo comprovante la disponibilità dell'immobile;
- autorizzazione di soci o comproprietari *(se del caso)*;
- copia dell'autorizzazione sanitaria;
- copia dei libretti sanitari degli operatori *(nelle Regioni in cui sono vigenti)*.

Data e Firma ....

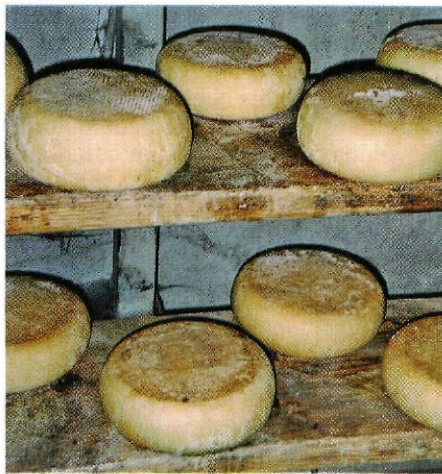
Naturalmente, tutto questo richiede una organizzazione specifica che solo la vendita di quantità rilevanti o di prodotti ad alto valore aggiunto consente.

Internet è comunque importante per presentare i propri prodotti, perché consente di «raccontarli» con tutti quei dettagli qualitativi (selezione della materia prima, tecniche di coltivazione o di allevamento, lavorazioni successive, legami con la tradizione) che possono più incuriosire il consumatore.

Non è facile, se non investendo tempo e denaro per una migliore visibilità della propria offerta sui motori di ricerca, essere trovati nella immensa vetrina supportata dalla «rete»; ma è utile avere un proprio sito costantemente aggiornato (esigete, da chi ve lo tiene in linea, la possibilità di poterlo aggiornare voi direttamente) per segnalarlo a tutti coloro che avete modo di «incontrare».

Stessa funzione possono avere (quando l'incontro sia «di persona») un **pieghevole** o un **opuscolo** di presentazione dell'azienda e dei prodotti; se volete offrire una vostra presentazione a chi frequenta Internet, basta un semplicissimo **bigliettino da visita** con indicato l'indirizzo del vostro sito aziendale.

Poi ci sono le **mostre-mercato enogastronomiche**, che possiamo paragonare ad una lotteria: partecipare a proprie spese costa molto (stand, viaggio, albergo, prodotti offerti in degustazione, materiale promozionale da distribuire); meglio se si riesce ad essere ospiti di uno stand promosso da qualche ente pubblico. In questi ambiti può capitare l'incontro giusto: un ristoratore che decide di rifornirsi da noi, un giornalista che si innamora di qualche nostro prodotto e decide di dedicargli un articolo. Il pubblico, a parte il piacere di fare più assaggi possibile, difficilmente durante le mostre-mercato porta alle imprese buoni risultati. Diverso è il caso dell'azienda che, ad esempio, parteciperà ad una manifestazione promozionale a sostegno di un prodotto riconosciuto Dop o Igp: in questo caso, infatti, l'obiettivo non è tanto di vendere, quanto piuttosto di investire sulla valorizzazione dei marchi di qualità nella prospettiva di un futuro miglior apprezzamento commerciale del prodotto.

Abbiamo accennato all'incontro con un giornalista... Potreste incontrarlo ad una mostra, ma anche averlo ospite occasionale dell'agriturismo; oppure l'incontro potrebbe avvenire per caso. I mezzi di informazione sono ormai tantissimi, tutti alla ricerca di fidelizzare i lettori con informazioni stuzzicanti e inedite. Se avete qualcosa di interessante da raccontare a proposito dei vostri prodotti o della vostra storia di agricoltore appassionato, può capitarvi quello che è già successo a tanti agricoltori, artigiani alimentari, piccoli ristoratori di campagna, cioè di essere un «caso», un «personaggio». Questa è la promozione meno costosa e più preziosa, e bisogna tenersi pronti per afferrare l'occasione al volo.

Le piccole aziende possono trarre vantaggio dalla vendita diretta puntando anche sulla connessione fra vendita e ristorazione agrituristica; quest'ultima rappresenta infatti un momento di degustazione e promozione dei prodotti aziendali e di quelli del territorio

Ci si guadagna?

La vendita diretta consente teoricamente di raddoppiare il fatturato rispetto ai canali commerciali convenzionali

Essendo attività fortemente legata non solo alla qualità e alla quantità di quello che si produce, ma anche alla capacità di farsi «scoprire», è molto difficile poter dare indicazioni sulla convenienza della vendita diretta.

Il risultato economico dipende da dove siamo (una zona turistica, la vicinanza ad una grande città, la posizione su una strada molto frequentata sono fattori molto favorevoli), da cosa produciamo (se facciamo qualcosa di molto particolare, e riusciamo a farlo sapere, possiamo anche stare in capo al mondo... ci verranno a cercare ugualmente), dal nostro spirito di iniziativa (la clientela si forma anche «porta a porta» parlando dei propri prodotti ovunque ci troviamo, con chiunque incontriamo).

Possiamo tuttavia ricavare alcune utili indicazioni confrontando teoricamente il risultato economico della vendita diretta con il risultato economico della vendita tramite distribuzione commerciale (indiretta), a parità di quantità. Se con la vendita indiretta il ricavo fosse 100, ipotizzando il prezzo al dettaglio mediamente pari a due volte e mezzo il prezzo pagato all'agricoltore, avremmo un fatturato della vendita diretta pari a 250.

In realtà, anche se non sempre avviene con differenze significative, è opportuno che il prodotto venduto direttamente offra anche al consumatore una percezione di convenienza, attraverso uno «sconto», rispetto all'acquisto in negozio, dell'ordine del 20%. Il fatturato teorico sarà dunque circa il doppio rispetto a quello realizzato con la vendita indiretta.

D'altra parte occorre tenere conto dei possibili mancati ricavi, se i prodotti che vendiamo sono deperibili e una parte di essi resta invenduta. Quest'ultimo fattore di incertezza si può comunque neutralizzare evitando di destinare alla vendita diretta prodotti deperibili oppure, ove la regolarità della domanda permetta previsioni attendibili, destinando ad intermediari tutto ciò che immaginiamo rischi di rimanere invenduto in azienda.

In generale, comunque, la convenienza della vendita diretta è raramente legata alla cessione di prodotti deperibili salvo casi particolari (ad esempio le fave da consumare con il pecorino, il primo maggio, in occasione della scampagnata fuori porta, tradizionale soprattutto nella zona di Roma), frutta e verdura lungo le strade delle vacanze, località molto frequentate). Per il resto riguarda soprattutto vino, olio, conserve, miele, prodotti secchi, formaggi e salumi stagionati, per i quali è relativamente semplice evitare sprechi.

Sul versante dei costi di gestione dobbiamo tenere conto dell'investimento per realizzare e mantenere il punto vendita e dei costi di manodopera.

Per quanto riguarda il punto vendita, si tratta di allestire un banco e degli scaffali e dotarsi di un registratore di cassa. L'importante è che sia dimensionato in modo da presentare e far assaggiare comodamente i prodotti disponibili, salvo poi prelevare quelli destinati all'acquirente da un attiguo magazzino di cui comunque avremmo bisogno anche nel caso di vendita indiretta.

Il frigorifero si rende necessario solo nel caso in cui vendiamo prodotti deperibili oppure porzioni di formaggi o salumi. Quindi, se abbiamo già a disposizione un locale idoneo, si tratta di stendere un pavimento ben lavabile, di imbiancare le pareti con tintura antipolvere, e arredare. Il costo del necessario è in genere contenuto e si può ulteriormente abbattere facendo da sé.

L'onere della manodopera per il servizio al banco dipende dal flusso degli acquirenti: se è concentrato in brevi periodi (ad esempio nei fine settimana), occorre, nelle ore di punta, per evitare attese troppo lunghe che scoraggino l'acquisto, impegnare due persone; altrimenti è sufficiente una persona, costantemente a disposizione e facilmente rag-

giungibile, che dia ascolto ad eventuali visitatori (importante indicare all'ingresso gli orari di «ricevimento»). Se il tutto avviene in famiglia, e nell'attesa ci si può occupare d'altro, il costo del servizio sarà molto contenuto.

Sinergia con l'agriturismo

L'ospitalità e, soprattutto, la ristorazione offrono interessanti possibilità di incremento del valore aggiunto proveniente dalla trasformazione dei prodotti della terra

L'interno di un punto vendita. Lo spaccio aziendale, i locali di produzione e l'azienda nel suo complesso devono essere ordinati, accoglienti, puliti: è questo il primo passo per conquistare la fiducia dei clienti

Abbiamo già accennato al ruolo che può svolgere l'attività agrituristica nel moltiplicare gli effetti positivi della vendita diretta dei prodotti. È il caso di ritornare su questo argomento perché testimonia efficacemente il senso positivo della multifunzionalità agricola, fatta della combinazione virtuosa di più iniziative.

Già la semplice ospitalità, magari in alloggi con cucina autonoma, consente agli ospiti di acquistare prodotti dell'azienda, di assaggiarli, di apprezzarli. Ma se offriamo anche ristorazione, avremo la possibilità di combinare tre opportunità di valore aggiunto: la trasformazione del prodotto, la ristorazione e la vendita diretta.

Non è tutto facile. Trasformare i prodotti richiede investimenti non lievi e la necessaria professionalità. Si può ricorrere ad un laboratorio esterno, ma occorre trovarlo affidabile, e comunque il servizio si paga. Molte esperienze concrete dimostrano, comunque, che una gestione attenta e incisiva del progetto produce risultati di rilievo, specie per una azienda di limitate dimensioni che deve puntare al massimo sulla crescita dei valori aggiunti.

In linea molto generale possiamo dire che se portiamo in tavola un prodotto fresco (ad esempio frutta) il suo valore mediamente si moltiplica di 3 o 4 volte; se lo stesso prodotto lo mettiamo in vasetto, il suo valore cresce di 5-8 volte; se, infine, lo serviamo in tavola come componente base di una preparazione di cucina, il valore può crescere di 8-10 volte.

Quello che si ricava da queste «moltiplicazioni», se la gestione è familiare, è remunerazione degli investimenti per il laboratorio di trasformazione, ma soprattutto del lavoro della famiglia. Si tenga presente, a proposito del laboratorio di trasformazione, che alcune Regioni, per operazioni semplici, come appunto la preparazione della marmellata, consentono l'impiego della cucina del ristorante, con obbligo però di comunicare preventivamente all'autorità sanitaria il giorno, il tipo di lavorazione e la sospensione della ristorazione per il periodo necessario.

Vediamo due esempi.

Primo esempio: se in un anno serviamo 4.000 porzioni di frutta, che al grossista avremmo venduto per 0,4 euro il chilo, calcolando mezzo chilo a porzione (0,2 euro) che si «vende» a 1,5 euro, il ricavo sarà di oltre sette volte, pari a 6.000 euro (rispetto agli 800 euro che avremmo ottenuto con la vendita al grossista).

Se dalla stessa porzione di frutta ricaviamo tre vasetti di marmellata da 330 grammi ciascuno, aggiungendo un costo per lo zucchero di 45 centesimi a vasetto, e vendiamo ogni vasetto a 2 euro, il ricavo sarà di 6 euro, a fronte di un costo di circa 0,65 euro, cioè nove volte superiore.

Se la stessa marmellata (un vasetto) serve a preparare due crepes, il costo di ciascuna sarà di 30 centesimi, mentre dalla porzione servita a tavola ricaveremo 3,50 euro, cioè 11,5 volte di più.

Secondo esempio: se vendiamo all'ingrosso un carciofo ricaviamo circa 20 centesimi; se con quello stesso carciofo, con il nostro olio e il parmigiano prepariamo un paté, da vendere in vasetti da 180 grammi, ricaviamo 3,5 euro a fronte di un costo di circa 70 centesimi; se, infine, con un terzo del paté condiamo una porzione di pasta, a fronte di un costo di 35 centesimi avremo un introito di 6 euro, cioè 17 volte superiore.

Calcolando a spanne (vedi tabella qui sotto), possiamo dire che un'azienda di 3 ettari con frutteto, orto, olivi, vigneto, cereali, allevamento di suini, conigli e animali da cortile può realizzare un valore complessivo di prodotto vendibile all'ingrosso dell'ordine di 15.000 euro; se questa azienda somministra 4.000 pasti (sala da 40 persone per 100 turni) e trasforma il restante prodotto vegetale in conserve, ottiene una moltiplicazione media del valore del prodotto di 9 volte, sicché il suo fatturato teorico per la trasformazione dei prodotti (anche sotto forma di ristorazione) sarà dell'ordine di 135.000 euro.

I soli pasti, offerti a 25 euro l'uno, produrranno un fatturato di 100.000 euro, al quale tuttavia contribuiranno anche alcuni prodotti necessariamente acquistati sul mercato (si può ipotizzare un 30% della materia prima, pari a circa 8.000 euro di acquisti e 30.000 euro di valore sulla tavola).

Se intorno a tutto questo lavorano per 50 giornate (ognuno dei 100 turni di pasto impegna mezza giornata) tre persone, e si sono resi necessari 150.000 euro di investimento (ammortizzati per 10.000 euro l'anno), con costi di gestione di 12.000 euro l'anno, la remunerazione del lavoro e l'utile di impresa saranno nell'ordine di 105.000 euro l'anno.

Sono ipotesi teoriche, ogni azienda ha caratteristiche proprie che possono migliorarle o peggiorarle. L'importante è

Bilancio di una attività di vendita diretta collegata con la ristorazione agrituristica

Ricavi	euro	Costi	euro
Pasti n. 4.000 x 25 euro ciascuno	100.000	Allestimento del locale [1]	10.000
Vendita diretta	50.000	Valore all'ingrosso della produzione	15.000
		Costo dei prodotti acquistati	8.000
		Gestione	12.000
Totali	**150.000**		**45.000**

Remunerazione del lavoro di 3 persone x 100 turni (50 giornate) + reddito d'impresa: euro 150.000 – 45.000 = **105.000** euro

[1] quota di ammortamento per 200.000 euro in venti anni.

sapere (e qui non abbiamo tenuto conto anche del lavoro e del reddito per l'offerta di alloggio) che anche una piccola azienda, gestita nella logica della multifunzionalità, può raggiungere livelli di reddito assolutamente interessanti.

Il problema è quello di poter contare sulla flessibilità di impiego del lavoro (in realtà ci sono tanti periodi morti) e nello stesso tempo su collaborazioni affidabili, il che avviene soprattutto nell'ambito di una oculata e ben organizzata gestione familiare.

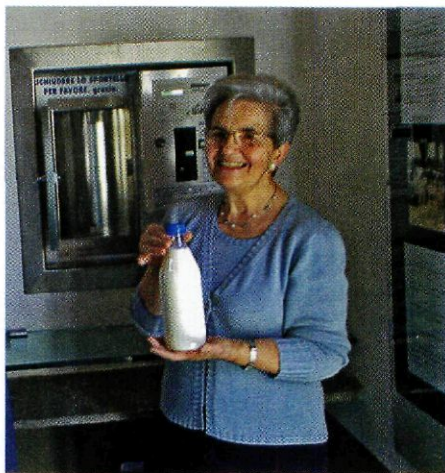
Nel segno della qualità

Il successo della vendita diretta è legato alla qualità di quello che offriamo. Alla qualità e, naturalmente, al prezzo

Che cosa vuol dire in concreto «qualità», parola e concetto da qualche tempo «in grande spolvero», ma di cui a volte sfugge la vera sostanza, che è molto semplice da capire, ma non altrettanto semplice da applicare, ed è alla base del prevalere sulla concorrenza? E come formare correttamente il prezzo, per non «dimenticarlo» ai livelli minimi del mercato pur in presenza di veri e propri gioielli gastronomici, o fissarlo ai livelli massimi senza che ve ne sia una ragione plausibile se non, magari, costi di produzione esagerati, di cui il consumatore non sa, e comunque non intende, farsi carico?

Per ragionare di **qualità** possiamo prendere diversi riferimenti: igiene, gusto, presentazione.

Il consumatore, l'affidabilità igienico-sanitaria del prodotto di solito non la può verificare. Ma se viene ad acquistare presso l'azienda, ha qualche elemento di percezione in più, che non se l'acquistasse in negozio. Sta a noi giocarci bene questa opportunità, che è spesso alla base dell'acquisto diretto: se mostriamo l'azienda nel suo complesso, il punto vendita, gli spazi e i locali di produzione, ordinati, accoglienti, puliti, abbiamo già intrapreso una buona parte del cammino verso la fiducia del nuovo cliente.

Il contrario, soprattutto di questi tempi in cui igiene e salute tendono spesso all'eccesso, può significare non riuscire neppure a far assaggiare prodotti magari ottimi, magari anche affidabili: l'occhio, non dimentichiamolo mai, vuole la sua parte (e che parte!) e poi, se è pur vero che l'apparenza inganna o che l'abito non fa il monaco (anche i nostri antenati studiavano, evidentemente, i segreti della comunicazione e... si difendevano), è altrettanto vero che l'apparenza è, almeno in parte, sostanza. E per misurare l'igiene, oltre al microscopio (soluzione non percorribile dal consumatore!), c'è l'impressione visiva generale.

I produttori di latte possono vendere anche il latte fresco. In questo caso il punto vendita è dotato di un apposito distributore automatico

I sapori «di una volta»... In parte un sogno romantico del tipo «quanto è bella giovinezza...», in parte vero: l'abbandono di tante varietà vegetali e razze animali tradizionali e la forzatura delle rese hanno rivoluzionato i mercati e il gusto (meglio dire il «non gusto»). È una occasione straordinaria che si offre ad «altri agricoltori»: far mangiare, ad esempio, un pomodoro che sappia di pomodoro! Oggi a chi almeno ricorda il sapore di un buon pomodoro, domani a chi neppure lo ha mai conosciuto.

Chi fa vendita diretta, chi punta alla sinergia con l'agriturismo, deve schierarsi da questa parte dell'agricoltura! E, siccome il mercato è poco abituato a pagare la qualità (prima di tutto la distribuzione e i dettaglianti, poi gli stessi consumatori), deve fare da sé. Per questo la coltivazione con metodo biologico ha una diffusione straordinaria fra coloro che praticano seriamente la vendita diretta, tanto più se in connubio con la ristorazione agrituristica; è diventata una garanzia necessaria, anche se non ci si può fermare lì.

Anche scegliere di coltivare varietà locali, nell'orto come nel frutteto, non significa soltanto poter offrire un gusto diverso (e facciamo che sia anche migliore!), significa creare un trampolino di lancio per la presentazione di un prodotto, aumentandone il fascino, aiutando la percezione del gusto, che non sempre segue regole condivise e certe, malgrado si moltiplichino gli sforzi per una maggiore educazione in questo senso.

Non forzare la produzione, scegliere accuratamente gli alimenti per gli animali, producendoli se possibile in proprio per essere sicuri che siano quelli giusti, sono operazioni certamente impegnative ma capaci di produrre risultati straordinari.

Lo stesso vale per la eventuale successiva trasformazione: ogni piccolo dettaglio contribuisce a modificare il prodotto, a migliorarlo o peggiorarlo. È molto importante (e in questo l'agriturismo è, ancora una volta, di aiuto) non dirsi «bravo» da soli, ma cogliere di tanto in tanto l'occasione di invitare chi nel mondo del gusto fa opinione e «ne capisce», per saggiare il polso della critica e del pubblico, come si fa con i film. Impareremo anche che non tutti i critici la pensano allo stesso modo o che, come appunto nel cinema, ci sono «film» bocciati dalla critica ma molto gettonati dal pubblico.

La presentazione... Non esiste un sistema obiettivo per misurare il gusto, la bontà di qualcosa che proponiamo al palato. Eppure ogni consumatore, per lo più inconsapevolmente, adotta un proprio sistema, stabilisce dei parametri, misura delle sensazioni. Poi, magari, si scopre che la sua unità di misura è un ricordo di infanzia...

Per questo è importante che un produttore di qualcosa di speciale, di qualcosa di diverso dal molto altro che c'è sul mercato, di qualcosa che spesso è anche più costoso, deve saper «raccontare» il proprio prodotto, mettendo in luce ogni sua particolarità – spiegando perché è positiva – e indirizzando anche la degustazione e l'uso gastronomico. In tempi di ignoranza e «pragmatismo» debordanti, chi sa raccontare, chi sa incuriosire e appassionare prende un grande vantaggio.

Attenzione dunque a scrivere, a spiegare, anche su un semplice foglio bianco scritto al computer, o in un elegante opuscolo, o in locandine appese nel punto vendita, quello che vendete, parlandone bene ma senza troppa enfasi, e dando tutte le informazioni sulla materia prima, la lavorazione, la tradizione, la degustazione. Scrivere, per non dover ogni volta fare lo stesso racconto, salvo poi integrare la lettura del cliente con la cordialità e gli aneddoti del caso.

Della presentazione fa parte anche la confezione, la grafica dell'etichetta: attenzione, troppa fantasia in questa direzione sa di «industriale» e suscita il sospetto che ci sia più apparenza che sostanza.

Concludiamo con il **prezzo**. Pochi consigli: non smettete mai di verificare soluzioni per abbassare i costi di produzione e migliorare la qualità. Un bravo imprenditore deve mettersi sempre in discussione. Non attribuitevi una eccellenza sul mercato finché non ve la riconosce il mercato stesso. Se volete costruirvi un solido pacchetto clienti, parlate loro anche attraverso il prezzo: evitando di partire troppo alti, o di partire molto bassi applicando in breve tempo aumenti rilevanti; infine offrite sconti a chi si fa vedere spesso, ma questo non si scrive, meglio che sia una vostra piccola sorpresa! ❑

Fattoria didattica: l'agricoltura si mette al servizio dell'educazione

La realtà delle fattorie didattiche è in continua crescita anche in Italia, così come il numero degli insegnanti che utilizzano questo straordinario laboratorio naturale per la piena riuscita delle loro finalità didattiche.

La fattoria didattica può essere definita un'azienda agricola che, attraverso la presenza di animali, colture e risorse naturalistiche, si mette al servizio dell'educazione del pubblico, in particolare dei giovani, in ambito scolastico ed extrascolastico. Un'azienda agricola può essere definita fattoria didattica nel momento in cui gli ospiti possono essere protagonisti e se vi sono animatori competenti nonché locali attrezzati e sicuri per l'ospitalità.

Dalle prime esperienze italiane, risalenti all'inizio degli anni '90, si sono fatti notevoli progressi e si è giunti ad avere oggi più di 850 fattorie didattiche, concentrate in particolare al Nord; ma il loro numero è destinato a crescere, perché esse rispondono ad una diffusa esigenza del mondo della scuola.

Le attività didattiche, a certe condizioni, sono un'opportunità economica in più per l'azienda agricola perché possono creare e incentivare altri servizi come la vendita diretta di prodotti agricoli e/o di gadget (oggetti ricordo), contribuendo così a far arrivare quotidianamente soldi senza i tempi lunghi della riscossione dei premi comunitari o delle tradizionali forme di vendita in campo agricolo.

Analisi economica di un progetto di fattoria didattica

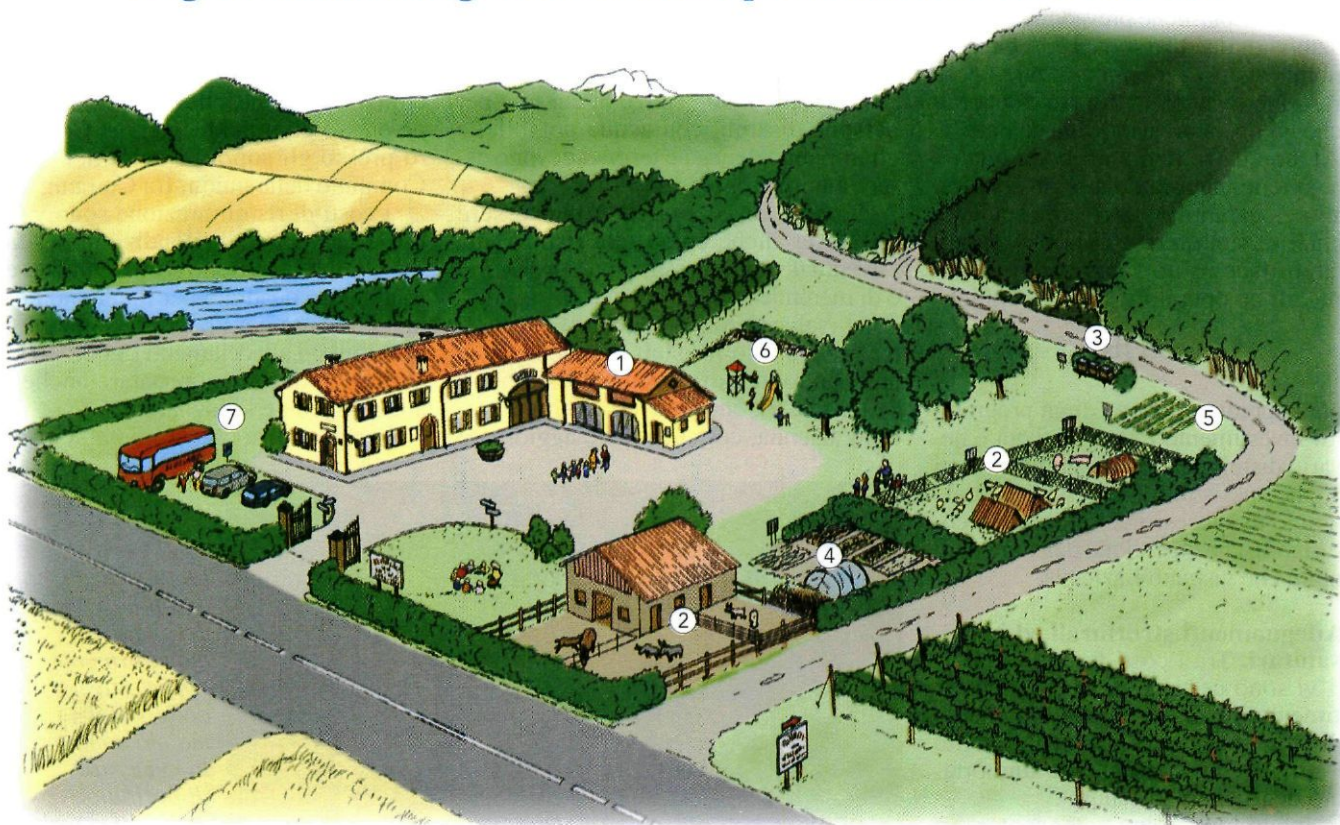
Occorre distinguere tra costi fissi, che riguardano in prevalenza i necessari adeguamenti strutturali ed igienico-sanitari, e costi variabili, che invece dipendono dal numero di utenti

Per avviare una fattoria didattica è indispensabile avere la piena disponibilità di un fondo agricolo, anche di modeste dimensioni (2-3 ettari) e di un fabbricato rurale, dotato comunque di servizi, in cui organizzare una sala di accoglienza e una sala per le attività didattiche.

La fattoria didattica permette di utilizzare anche i familiari che spesso sono sottoccupati in azienda: anziani, donne, giovani con altre occupazioni esterne.

Per chi poi ha già avviato un'azienda agrituristica questa attività consente di utilizzare al meglio le strutture di accoglienza e di dare una maggiore continuità di impiego al personale familiare.

Occorre tenere presente che le attività didattiche sono in gran parte a domanda programmata (le scuole prenotano con largo anticipo le visite) e che possono interessare momenti stagionali o settimanali di bassa attività per l'azienda agricola. È chiaro però che la domanda è scandita dal calendario scolastico e si sviluppa, in particolare, da fine marzo a fine giugno. In estate si possono realizzare campi estivi prendendo contatti in gennaio con Comuni (ufficio scuola, uf-

Progetto di azienda agricola attrezzata per servizi di fattoria didattica

Legenda. 1-*Locale per lo svolgimento delle attività didattiche munito di tavoli e panche.* **2**-*Recinti con animali.* **3**-*Apiario.* **4**-*Orto.* **5**-*Piante officinali.* **6**-*Area giochi.* **7**-*Parcheggio per lo scuolabus*

La fattoria didattica deve necessariamente disporre di un locale di accoglienza in cui svolgere le attività didattiche anche in caso di pioggia

ficio giovani), parrocchie, cooperative sociali, scuole private e centri ricreativi, per poi riprendere con le scuole da metà settembre ai primi di novembre.

Alcuni studi condotti in Francia – dove vi è il più elevato numero di fattorie didattiche in Europa – dalla Bergerie nationale (centro studi e ricerche del Ministero dell'agricoltura francese) e altri effettuati dal Consorzio agrituristico mantovano su aziende in attività da non più di 5 anni hanno evidenziato che mediamente una fattoria didattica è visitata da 2.000-2.500 bambini all'anno, anche se non mancano casi di aziende che raggiungono i 6.000 ospiti all'anno.

Altra cosa da tenere presente, in funzione del personale occorrente, è che spesso le visite scolastiche prevedono la partecipazione di due classi e cioè di circa 50 bambini (questo per ammortizzare i costi di trasporto in autobus) per cui è opportuno che gli operatori siano almeno due.

Alcune carte regionali della qualità (cioè quelle elaborate dalle diverse Regioni per garantire alle scuole standard ottimali di sicurezza e di professionalità) stabiliscono un rapporto, generalmente, di un operatore per 25 bambini.

I costi fissi

Nella predisposizione di un programma di investimento e di redditività è necessario distinguere innanzitutto tra costi fissi, che sussistono indipendentemente dal grado di successo del progetto, e costi variabili, che dipendono dal numero di bambini che visitano l'azienda.

Adeguamenti strutturali ed igienico-sanitari. Tra i costi fissi più importanti vi sono certamente i costi dell'investimento iniziale per l'approntamento degli spazi necessari allo svolgimento dell'attività ed il conseguente ammortamento degli oneri sostenuti.

È, infatti, opportuno poter contare su un locale di accoglienza in cui svolgere le attività anche in caso di pioggia e servizi igienici adeguati al numero massimo di persone che si intendono ospitare.

Questa sala di accoglienza con funzioni didattiche può anche essere ricavata in locali ormai dismessi, ma le eventuali ristrutturazioni devono garantire una superficie di 1,8 metri quadrati per bambino e un rapporto aereo-illuminante, ovvero la quantità d'aria e di luce in rapporto agli spazi a disposizione, sufficiente (almeno 1/8 di luce: per esempio, se una sala ha una superficie di 50 metri quadrati devono esserci finestre per 6,25 metri quadrati); le porte devono essere predisposte secondo le norme antipanico, con apertura verso l'esterno, e l'azienda deve disporre di una dichiarazione di agibilità che garantisca il rispetto delle normative urbanistiche e dei regolamenti edilizi ed igienico-sanitari locali.

L'azienda deve disporre di acqua potabile, di servizi igienici idonei (almeno 2 bagni sino a 50 ospiti), di cui uno per persone disabili, con acqua potabile, e gli impianti elettrici e termici devono essere a norma di legge.

La sala di accoglienza può essere utilizzata anche come sala ristoro, ma l'eventuale somministrazione di pasti e/o di merende deve essere autorizzata dall'Asl (salvo deroghe regionali). Va inoltre predisposto il manuale aziendale di autocontrollo e di corretta prassi igienica (HACCP), che deve essere conservato in azienda, costantemente aggiornato e può essere redatto dallo stesso titolare d'azienda con l'assistenza di un tecnico.

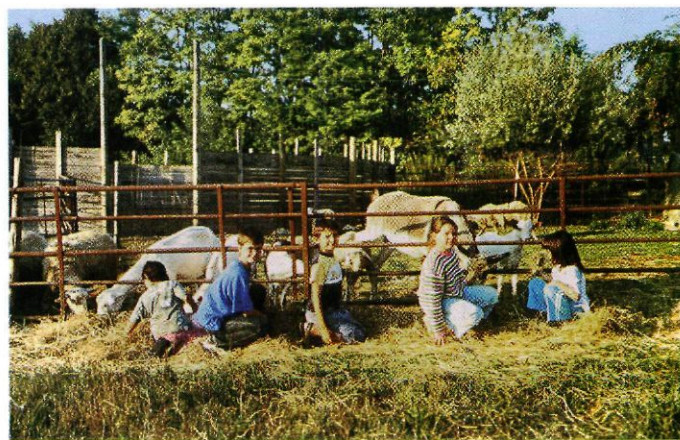
In Lombardia, per esempio, per un locale che può ospitare sino a 20 posti pasto l'unico requisito richiesto è l'agibilità, ovvero un provvedimento del Comune che autorizza all'uso di un immobile ristrutturato o di nuova costruzione, previo il parere igienico-sanitario dell'Asl e la verifica del soddisfacimento dei requisiti previsti dal regolamento locale di igiene per le case di civile abitazione.

La maggior parte (minimo il 50%) dei prodotti utilizzati per preparare i pasti e le merende devono essere di origine aziendale, salvo indicazioni diverse della normativa agrituristica regionale se l'azienda è anche un agriturismo. A tal riguardo si segnala che non vi è nessuna norma che vieti di somministrare, al di fuori della scuola, alimenti non confezionati dal centro pasti della scuola. Delibere del Consiglio d'istituto o indicazioni dell'Asl locale in senso contrario possono essere contestate.

La maggior parte delle fattorie didattiche si limita, tuttavia, a mettere a disposizione dei propri ospiti spazi attrezzati per merende al sacco, con tavoli e panchine.

Se sono necessari interventi di ristrutturazione, è necessario attenersi alle disposizioni di cui al Dpr 380/2001 –che regola le richieste per ottenere i permessi di costruire, il rilascio delle agibilità e le denunce di inizio attività – alle diverse leggi regionali e ai regolamenti locali edilizi e di igiene, che sono a disposizione presso gli uffici tecnici dei Comuni e /o presso gli soprtelli unici dei grandi Comuni o delle unioni fra Comuni.

I costi di ristrutturazione sono variabili a seconda delle condizioni dei fabbricati, ma si possono stimare in 700 euro al metro quadrato per l'aula didattica, in 5.000 euro per i bagni se sono già disponibili gli allacciamenti (8.000-10.000 euro se si devono approntare anche gli allacciamenti e le fognature).

Per garantire che la visita si svolga

La presenza di animali è uno dei requisiti maggiormente apprezzati dalle scuole, ma ciò comporta la necessità di periodici controlli veterinari e la realizzazione di recinzioni adeguate

nel massimo della sicurezza è opportuno predisporre spazi di sosta e di manovra per i veicoli, separati dal centro aziendale, predisporre spazi opportunamente recintati di ricovero degli animali e spazi di gioco per i bambini.

È opportuno predisporre percorsi obbligati di visita, possibilmente non accidentati, segnalare le situazioni di pericolo e rispettare le norme di sicurezza per quanto riguarda la custodia delle attrezzature e dei mezzi tecnici (concimi, fitofarmaci) che devono essere inaccessibili per gli ospiti.

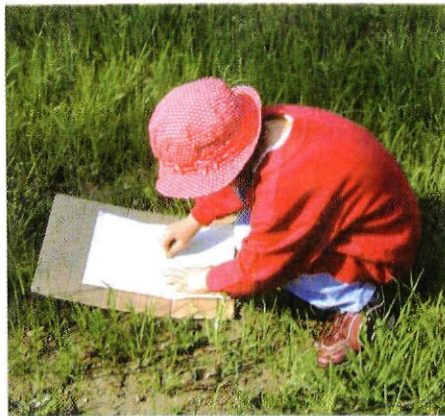
La presenza di animali è uno dei requisiti maggiormente richiesti dalle scuole, ma ciò comporta la necessità di controlli periodici contro le zoonosi (malattie infettive del bestiame trasmissibili all'uomo) e di recinzioni adeguate che garantiscano un contatto con gli animali solo in presenza degli operatori della fattoria.

Durante le visite è infatti pericoloso avvicinarsi ai recinti e dar da mangiare agli animali se non con l'assistenza e la presenza di personale dell'azienda. Il cavallo, per esempio, è un animale mite ma può mordere se gli viene dato del cibo in modo scorretto. La conformazione della sua testa e la posizione degli occhi, infatti, non gli permettono di vedere i dettagli se non a poca distanza da sé. Nella zona cieca, davanti al muso, può solo percepire la presenza di un oggetto attraverso le parti tattili poste sulle labbra.

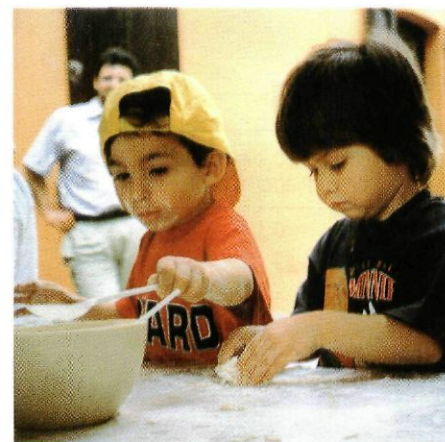
È opportuno, pertanto, prevedere una doppia recinzione per i ricoveri degli animali che impedisca il contatto diretto degli ospiti con gli animali stessi.

Sicurezza. Gli adempimenti previsti dalle varie normative sulla sicurezza comportano costi di adeguamento, ma anche costi di consulenze e di redazione dei rispettivi documenti di settore che si possono ipotizzare in 350 euro per ciascuno di essi. Ognuno di questi documenti deve essere aggiornato periodicamente.

Assicurazioni. I costi della copertura assicurativa (più che opportuna) variano molto in base alla tipologia della azienda agricola, alle garanzie richieste e ai massimali inseriti nella polizza. Se l'azienda intende aderire alla carta della qualità predisposta dalle Regioni la polizza assicurativa è obbligatoria.

Possiamo comunque stimare una spesa annua che va da un minimo di 74 euro ad un massimo di 400 euro nel caso siano operanti tutte le seguenti coperture: responsabilità civile prestatori d'opera; danni da interruzione e sospensione dell'attività; danni da incendio; danni da inquinamento; danni da assestamento, cedimento, franamento del terreno; rischi legati a sorveglianza minori, cose in consegna e custodia, attività equestre, presenza di animali, mezzi adibiti a lavori non agricoli, terzi addetti ai lavori stagionali; assistenza legale; estensione della copertura alla responsabilità civile prodotti nel caso siano posti in vendita prodotti trasformati.

Ai più piccoli l'esperienza delle fattorie didattiche insegna ad apprezzare la campagna, la fattoria, la manualità, il contatto con gli animali

Formazione. La disponibilità ai rapporti umani e l'attitudine alla didattica sono requisiti importanti, così come la reale conoscenza dei cicli produttivi dell'azienda agricola e del loro rapporto con l'ambiente, la storia, la tradizione; ma è la formazione continua a svolgere un ruolo determinante nel migliorare la qualità delle proposte educative offerte dalla fattoria didattica.

Occorre quindi prevedere dei costi e degli impegni di tempo per partecipare a corsi di formazione, che sono promossi dai centri di formazione delle associazioni agricole, dai centri di formazione pubblici o da qualsiasi centro di formazione abilitato, nell'ambito degli interventi del Fondo sociale europeo o dei piani di formazione in agricoltura. Quasi sempre tali corsi sono gratuiti ma il loro costo può essere valutato in 400 euro all'anno. Vi si acquisiscono le conoscenze necessarie sulla sicurezza e sui problemi pedagogici, sulla storia dell'agricoltura, sui principi del marketing e sulle dinamiche di gruppo per imparare a gestire un gruppo di bambini.

Il ciclo del pane: per molti bambini l'esperienza in fattoria didattica è un'occasione per imparare da dove realmente proviene il cibo che consumano tutti i giorni

Mantenimento degli animali allevati per finalità didattiche. Necessità didattiche e di mercato (le scuole privilegiano le fattorie didattiche con animali) e considerazioni di sicurezza portano spesso la fattoria didattica a selezionare un gruppo di animali che vengono allevati soprattutto per finalità didattiche.

Manodopera esterna. Nella gestione della fattoria didattica ci si può avvalere anche di collaboratori esterni. Questi possono essere inquadrati come braccianti avventizi e/o fissi e vanno allora applicate le tariffe previste dal contratto nazionale dei braccianti agricoli e dai contratti integrativi provinciali (che si possono consultare presso gli uffici paghe delle Associazioni professionali agricole, i consulenti del lavoro, l'Ufficio provinciale del lavoro o presso i Sindacati dei dipendenti agricoli).

Le qualifiche dipendono dalla professionalità e dal grado di autonomia del collaboratore e si possono ricondurre ai seguenti livelli a cui corrispondono, indicativamente, tariffe orarie lorde diversificate previste per un lavoratore avventizio: qualificato super (8,85 euro l'ora), specializzato (9,29 euro l'ora), specializzato super (9,67 euro l'ora), specializzato super A 10,15 euro l'ora); a questi importi va aggiunto un contributo di oneri sociali pari al 45%. Il minimo contributivo va calcolato su di una giornata di lavoro di 6,5 ore.

A ciò vanno poi aggiunti i costi amministrativi.

Costo per lo smaltimento dei rifiuti. I costi per lo smaltimento dei rifiuti, così come altre imposizioni degli enti locali, sono in aumento in tutti i Comuni ed il passaggio dalla Tarsu (Tassa rifiuti solidi urbani) alla Tia (Tariffa igiene ambientale) ha quasi triplicato gli oneri.

Molti Comuni tendono ad inquadrare anche le fattorie didattiche in categorie commerciali anziché, come sarebbe dovuto, considerarle attività agricole, e questo comporta l'applicazione di tariffe che vanno dai 3 ai 7 euro al metro quadrato per le superfici utilizzate e che sono state inserite nella denuncia di inizio attività da trasmettere all'Ufficio tributi del proprio Comune entro 20 giorni dall'inizio dell'attività.

I costi variabili

Tra i costi variabili possiamo includere l'acquisto delle **materie prime utilizzate nel corso delle attività** (farina per il ciclo del pane o della polenta, stoffe e supporti per fare gli spaventapasseri, ecc), la **pulizia dei locali** ed il **materiale didattico** eventualmente distribuito per fidelizzare le scuole ospitate (pubblicazioni, schede didattiche).

Ai costi variabili si devono aggiungere i **costi di segreteria** (il tempo necessario per gestire le telefonate, il fax, la posta elettronica, la posta normale; il materiale di segreteria; le bollette del telefono) e i **costi organizzativi**.

Le entrate

Nell'esperienza italiana i mercati di riferimento delle fattorie didattiche sono costituiti prevalentemente dalle scuole ed in particolare dalle scuole dell'infanzia ed elementari, ma non mancano scuole medie, istituti professionali, associazioni di disabili e di anziani, famiglie.

Le entrate di una fattoria didattica sono costituite da quanto pagano i bambini in visita e/o dalle convenzioni stipulate con gli enti locali, in particolare con i Comuni, ma anche da soldi propri delle scuole.

Gli incontri didattici possono essere di mezza giornata, di una giornata intera (dalle 9,30 alle 17) o di più giorni, con possibilità di pernottamento.

Le tariffe variano in relazione all'attività svolta, al numero dei partecipanti e ai tempi delle visite. Possono andare dai 3,5 ai 4,5 euro per mezza giornata e dai 6 ai 12 euro per visite di una giornata (esclusi pasti e merende). Per attività di più giorni la cifra può variare dai 50 ai 60 euro al giorno, tutto compreso (pernottamento, ristoro e attività).

Le attività che possono essere proposte da una fattoria didattica

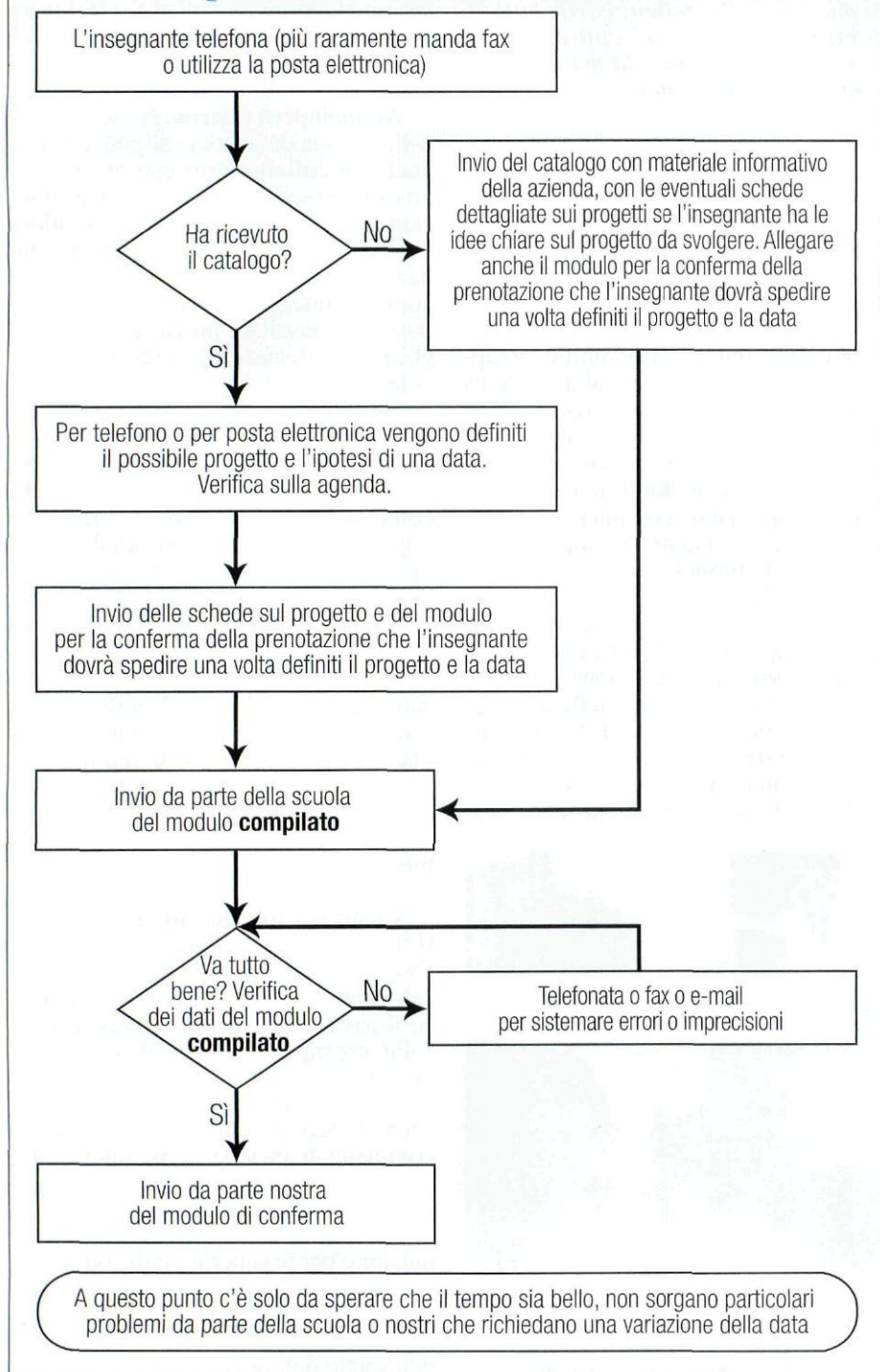
Ai piccoli utenti si possono offrire esperienze in materia di educazione ambientale, educazione al gusto, educazione alla ruralità (territorio e civiltà rurale)

Le attività che si possono proporre sono molteplici e devono essere riconducibili all'orientamento colturale dell'azienda e alle indicazioni della programmazione del Ministero della pubblica istruzione (per prenderne visione occorre consultare il sito Internet www.istruzione.it). Al centro delle attività educative c'è la figura dell'agricoltore, con il suo sapere, la sua maestria, le sue capacità imprenditoriali.

Ai più piccoli l'esperienza delle fattorie didattiche insegna ad apprezzare la campagna, la fattoria, la manualità, il contatto con gli animali, mentre per i più grandi è un'occasione per conoscere la provenienza del cibo e la diversità dei prodotti, le loro caratteristiche organolettiche, l'ambiente e la diversità dei vari paesaggi agrari, per conoscere le tecnologie più innovative adottate dagli agricoltori e approfondire anche i diversi metodi di produzione.

Ecco un primo elenco esemplificativo delle attività che possono essere proposte in una fattoria didattica.

Educazione ambientale: il bosco, la flora e la fauna selvatica, le siepi e le piante secolari, l'ambiente delle zone umide, i suoni e gli odori della campagna, l'agricoltura biologica, gli animali della fattoria, le coltivazioni stagionali, le fibre tessili naturali.

Educazione al gusto: dal cereale al

pane, dal mais alla polenta, dal latte al formaggio, dall'uva al vino, dall'allevamento suinicolo agli insaccati, dall'ape al miele, le erbe officinali e le erbe aromatiche.

Educazione alla ruralità (territorio e civiltà rurale): i mestieri ed i giochi di una volta, gli attrezzi del lavoro agricolo, l'ecomuseo dell'agricoltura, la musica e le danze popolari della civiltà contadina.

Le visite in azienda possono essere gestite anche in modo interdisciplinare. Per esempio, quando si parla di mais si può parlare di storia (la scoperta dell'America, la storia dell'alimentazione), di biologia (biodiversità e scelte varietali), di chimica e di altre materie.

Operando in un mercato di servizi è opportuno rinnovare spesso le proposte per richiamare l'interesse del mondo della scuola. Si pone, inoltre, il problema della coerenza tra l'immagine offerta dai programmi da una parte, ed i sistemi agricoli adottati nella gestione dell'azienda e la loro qualità etica dall'altra. La mancanza di coerenza può minare la credibilità e la autenticità delle proposte pedagogiche e culturali.

Inoltre, all'interno della collaborazione con le scuole, sono interessanti le recenti sperimentazioni di consulenza da parte di agricoltori per la realizzazione di orti scolastici, di corsi di educazione al gusto o di progetti che prevedano l'integrazione tra visite in fattoria e interventi preparatori in aula.

La promozione e le strategie di marketing

La promozione si può fare con diversi mezzi, dal semplice depliant agli interventi su riviste rivolte alle scuole fino ad Internet. Ma altrettanto importante è avviare rapporti con insegnanti e genitori

Quello dell'animazione didattica è un mercato e come tale lo si deve analizzare per elaborare strategie di marketing efficaci. Per impostare la nostra azione è opportuno quindi che ci poniamo alcune domande.

• Quanto posso e voglio investire in termini di risorse umane e finanziarie in questo settore rispetto al resto della mia azienda?

• Quali sono i miei mercati-obiettivo? Scuole dell'infanzia, elementari, medie, università, insegnanti?

• Quali sono i servizi che sono in grado di offrire?

Ad ogni livello scolastico deve corrispondere un programma specifico. Per i bambini più piccoli sono importanti le proposte in cui si prevede la possibilità di venire a contatto con gli animali, di manipolare alimenti e prodotti, di essere protagonisti di favole e racconti fantastici. Con i bambini più grandicelli delle scuole elementari possiamo elaborare programmi più complessi, quali l'osservazione astronomica, l'attività sensoriale e quella di orientamento. Per quanto riguarda i ragazzi delle scuole medie, possiamo puntare sulla loro capacità di cogliere l'importanza delle tradizioni culturali con percorsi a tema. Alle università e ai corsi professionali possiamo invece proporre visite e stage.

• Quali prezzi potrei applicare?

Ciò, ovviamente, dipende dalla capacità di spesa degli enti o dei gruppi partecipanti, dalla frequenza degli accessi, dalla attendibilità dei controlli sulla qualità e sulla sicurezza, dallo stato della concorrenza e dall'analisi dei costi di gestione.

• Quali forme promozionali potrei adottare?

Gli strumenti utilizzati possono essere molteplici: dalla guida cartacea collettiva curata dalla rete locale delle fattorie didattiche (per tale scopo occorre informarsi presso gli uffici Agricoltu-

Esempio di scheda di prenotazione attività didattica

Spettabile az. agr. ....

....

Scuola .... Via .... n. ....
Cap .... Comune .... Prov. .... Tel. ....
Fax .... E-mail ....

Intestatario fattura ....
Via .... n. .... Cap .... Comune ....
.... Prov. .... Cod. fisc. o Partita Iva ....

Classe .... Numero alunni .... Prezzo .... Docente di riferimento ....

Pagheremo:
al momento dell'uscita ☐
in seguito con versamento su conto corrente bancario ☐

Progetto scelto:
Il Bosco Magico (visita guidata) ☐
Il Giardino dei Cinque Sensi ☐
Pico e Lalla ☐
Occhio alla Traccia (visita guidata) ☐
La Qualità Biologica del Suolo ☐
Fiuta e Rifiuta ☐
Progetto Rifiuti ☐
Giochi Poveri ☐
Per non Perdersi nel Bosco (visita guidata) ☐
Gocciagoccia ☐
Le Forme dell'Acqua ☐
La Forza sia con Te ☐
Orienteering ☐
altro: .... ☐

Note ....

Data ______
Orario di arrivo: ______ **Orario di partenza:** ______

ATTENZIONE
1) L'iscrizione è confermata al momento del ricevimento da parte nostra della presente scheda di prenotazione compilata in tutte le sue parti e sottoscritta. Vi preghiamo di verificare telefonicamente l'avvenuto ricevimento della scheda.
2) Attendere il nostro fax di conferma
3) Il pagamento delle attività in fattoria potrà essere effettuato al momento dell'uscita oppure entro 30 giorni dall'emissione della fattura tramite bonifico bancario c/o c.c.b. n. .... intestato a .... - Istituto Bancario .... - filiale di .... - ABI .... - CAB .... In ogni caso verrà rilasciata regolare fattura o ricevuta fiscale.

Si dichiara di aver preso visione delle note ai punti 1, 2, 3.

Data .... Firma per accettazione

....

ra della Provincia o della Camera di commercio) o dalle associazioni professionali (Coldiretti, Confagricoltura, Cia, ecc.) al proprio depliant aziendale, all'intervento sulle riviste rivolte alle scuole, ai redazionali sulla stampa locale, ad Internet, al passaparola, all'intervento diretto presso i dirigenti degli istituti scolastici, alla partecipazione a fiere.

L'efficacia di questi interventi è connessa, però, alla tempistica e deve concentrarsi in particolare da metà settembre a fine ottobre, periodo in cui le scuole programmano le attività esterne.

- Come intendo coltivare il mio capitale di relazioni sociali?

Il rapporto con gli insegnanti e i genitori è essenziale per cui ci dobbiamo preoccupare di costruire occasioni di confronto e di dialogo con queste categorie. Di volta in volta può essere un convegno, un seminario, un evento in piazza (la fattoria in piazza), una giornata di fattorie didattiche a porte aperte (realizzate dalle organizzazioni agricole o dalle Regioni).

Una volta che la scuola contatta la fattoria attraverso il telefono, il fax o la posta elettronica (e-mail) è necessario curare con estrema attenzione il contatto. Nel riquadro di pag. 28 riportiamo uno schema indicativo utile per seguire lo sviluppo del contatto e concluderlo positivamente.

La qualità e la professionalità sono decisivi per il successo di una fattoria didattica e sono gli elementi che alimentano il passaparola per cui è importante poter verifcare in qualsiasi momento il grado di soddisfazione dei nostri ospiti, siano essi insegnanti o bambini, attraverso schede di verifica e questionari (vedi pag. 31).

REGIONE AUTONOMA FRIULI VENEZIA GIULIA

Direzione centrale risorse agricole, naturali, forestali e montagna

Servizio credito agrario, cooperazione e sviluppo agricolo

Domanda di contributo ai sensi della LR 4 giugno 2004, n. 18 - Fattorie didattiche [1]

Il sottoscritto ______ (*Cognome e nome*) *C.F.* ______

nato in ______ *pr.* ______ *il* ______

residente in ______ *pr.* ______

in Via ______ *n.* ______

in qualità di rappresentante legale della scuola ______

con sede in ______ *pr.* ______ *CAP* ______

in Via ______ *n.* ______

telefono ______ *fax* ______ *e-mail* ______

CHIEDE

1. Di poter fruire del contributo massimo consentito dal comma 1 dell'articolo 23 della legge regionale 4 giugno 2004, n. 18, per consentire la visita prevista per il giorno ____ degli studenti della classe: ____ presso:

Azienda agricola ______

Comune ______ *Prov.* ______

Via ______

riconosciuta dall'ERSA quale fattoria didattica ai sensi dell'articolo 2 del DPGR n. 0326/Pres. del 12 ottobre 2004.

A tale scopo allega il preventivo di spesa rilasciato dall'azienda erogatrice del servizio di trasporto per un importo complessivo pari a euro ____ .

2. Che il contributo sia accreditato su [2] ☐ **C/C bancario** ☐ **C/C postale** (*solo se il conto è intestato al richiedente*)

Istituto ______

Agenzia o Ufficio postale di ______

Comune ______ **Prov.** ______

ABI ______ **CAB** ______ **Num. C/C** ______

DICHIARA

1. che l'insegnante ☐ **ha** ☐ **non ha** **partecipato agli appositi corsi di formazione per docenti organizzati all'ERSA.**

2. che non sono stati né si richiederanno altri contributi per la medesima iniziativa.

3. che l'IVA [3] **pagata per il servizio** ☐ **è detraibile** ☐ **non è detraibile**

SI IMPEGNA

A presentare entro 30 giorni dall'avvenuto pagamento e comunque entro il 30 giugno dell'anno scolastico di riferimento, la fattura regolarmente quietanzata rilasciata dall'azienda di trasporti che ha fornito il servizio.

Dichiara inoltre di essere informato, ai sensi e per gli effetti di cui all'articolo 10 della legge 675/96, che i dati personali raccolti saranno trattati, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito del procedimento per il quale la presente dichiarazione viene resa.

______ , lì ______ (*Luogo e data*) ______ (*Firma*)

[1] La domanda deve essere inoltrata **entro il 1° marzo** dell'anno scolastico di riferimento

[2] Barrare la casella corrispondente

[3] La spesa si intende al netto dell'IVA qualora il beneficiario possa recuperare l'imposta secondo quanto previsto dal DPR 26/10/1972 n. 633, in caso contrario la spesa si considera al lordo dell'IVA.

Alcune amministrazioni pubbliche contribuiscono alla copertura delle spese di trasporto. Qui sopra il modello predisposto dalla Regione Friuli-Venezia Giulia

Il primo interlocutore è sempre la scuola

Le attività delle fattorie didattiche possono essere inserite a pieno titolo nei Piani dell'offerta formativa (Pof). Alcune amministrazioni pubbliche assegnano alle scuole un contributo a copertura delle spese di trasporto

Le fattorie didattiche sono l'occasione per una scoperta della vita in campagna ed uno straordinario laboratorio naturale che gli insegnanti utilizzano per la piena riuscita delle loro finalità didattiche. Le visite sono un'occasione per approfondire conoscenze e competenze in diversi ambiti disciplinari tra cui l'area linguistica, l'area matematica, l'area scientifica, l'area artistica.

La fattoria didattica permette di valorizzare la relazione fra la città e la campagna, favorisce il recupero del valore culturale ed ambientale del proprio territorio, contribuisce alla conoscenza dell'origine dei cibi e a una educazione al consumo consapevole attraverso la comprensione delle relazioni esistenti tra sistemi produttivi, consumi alimentari e salvaguardia dell'ambiente.

Il riconoscimento di questa funzione sociale permette di richiedere agli

Ragazzi della scuola dell'obbligo impegnati a seminare in una fattoria didattica

enti locali la stipula di convenzioni per sostenere itinerari di visite che si sviluppino in più aziende o programmi didattici di più lungo periodo, incentrati per esempio sulla stagionalità.

Il nostro primo interlocutore è tuttavia sempre la scuola ed un interessante strumento da attivare può essere il Piano dell'offerta formativa (Pof), che presenta l'offerta formativa della scuola. Le attività delle fattorie didattiche possono essere parte di tale offerta.

Il Piano dell'offerta formativa (Pof) di solito viene chiuso entro l'estate ed eventualmente completato con il nuovo anno scolastico, per cui i contatti con gli insegnanti ai quali presentare le nostre proposte devono essere presi entro maggio.

Le spese di trasporto hanno rappresentato in questi anni un limite allo sviluppo del settore ed è per questo che è necessario attivarsi per la stipula di convenzioni con le società di trasporto locali ma soprattutto per richiedere alla Provincia, alla Regione e alle Comunità montane l'approvazione di interventi specifici per abbattere tali costi.

Le esperienze non mancano.

È il caso, per esempio, della Regione Friuli-Venezia Giulia che, con Decreto del Presidente della Regione 12 ottobre 2004, n. 0326/Pres., ha approvato un regolamento recante le norme per la concessione di contributi a favore delle scuole di ogni ordine e grado, con il fine di promuovere le visite di scolari e studenti presso le aziende agricole in possesso dei requisiti necessari per essere considerate fattorie didattiche dall'Agenzia regionale per lo sviluppo rurale (Ersa). Il contributo per l'anno scolastico 2004-2005 è stato pari all'80% delle spese di trasporto (vedi fac-simile del modello per la domanda in questa pagina).

La Provincia di Modena, attraverso il servizio turismo e sport, assegna alle scuole un contributo per le spese di viaggio pari al 50%, al netto dell'Iva, delle spese sostenute per gite di almeno un giorno sugli Appennini o in pianura, per un importo massimo di 414 euro per tratta (andata e ritorno). In più sono previsti 78 euro al giorno per l'utilizzo di guide turistiche ed ambientali. Il contributo può essere richiesto dopo l'effettuazione della gita previa presentazione delle fatture relative.

La Provincia di Cuneo, attraverso l'Assessorato alla cultura, assegna alle scuole un contributo massimo di 3 euro

Continua a pag. 32

Fattorie didattiche
RegioneLombardia
Agricoltura

Ciao!
Questo questionario ci serve per conoscere cosa pensi di questa giornata passata in fattoria.
Per favore, rispondi a tutte le domande!

Grazie!!!

1. Ti sei divertito in questa giornata?

Molto	Abbastanza	Poco	Per niente

2. Cosa ti è piaciuto di più della visita in fattoria?

....

3. Cosa ti sarebbe piaciuto trovare?

....

4. Quanto ti sono piaciute queste attività?

a) Laboratori pratici

Molto	Abbastanza	Poco	Per niente

b) Percorsi naturalistici

Molto	Abbastanza	Poco	Per niente

c) Visita alla fattoria

Molto	Abbastanza	Poco	Per niente

5. Cosa, invece, ti è piaciuto di meno?

....

6. Ti immaginavi che la vita in fattoria si svolgesse così?
- ☐ Sì
- ☐ No
- ☐ Non so

7. Ti piacerebbe fare l'agricoltore?
- ☐ Sì
- ☐ No
- ☐ Non so

8. Eri mai stato prima in una fattoria?
- ☐ Spesso
- ☐ Alcune volte
- ☐ Una volta
- ☐ Mai

9. Sei maschio o femmina?
- ☐ Maschio
- ☐ Femmina

10. In che città o paese si trova la tua scuola?

....

11. Che classe fai?

ELEMENTARI	Prima	Seconda	Terza	Quarta	Quinta

MEDIE	Prima	Seconda	Terza

Al fine di poter migliorare i servizi offerti dalle Fattorie Didattiche Le chiediamo di compilare il presente questionario.

1. La scelta della fattoria è avvenuta tramite
- ☐ Guida alla fattoria didattica
- ☐ Stampa
- ☐ Passaparola
- ☐ Internet
- ☐ Fiere/manifestazioni pubbliche
- ☐ Altro

2. La visita ha soddisfatto le sue aspettative in merito alla:

	MOLTO	ABBASTANZA	POCO
Accoglienza			
Varietà dell'offerta didattica			
Capacità organizzativa di tempi e spazi			
Percorsi didattici			
Esperienze/laboratori			
Contatto con la natura			
Preparazione e professionalità della guida			
Qualità dei prodotti offerti			

3. Inserisca nelle colonne di destra il giudizio (ottimo, discreto, scarso) che Lei attribuisce a ciascuno dei seguenti aspetti in relazione alla fattoria visitata.
Nella colonna di sinistra inserisca un valore (da 1 a 5) che rappresenta l'importanza che lei attribuisce ai medesimi aspetti.

1-5		OTTIMO	DISCRETO	SCARSO
	Facilità di raggiungimento			
	Disponibilità di spazi all'aperto			
	Disponibilità di spazi coperti e attrezzati			
	Sicurezza dei bambini			
	Pulizia e ordine dell'azienda			
	Pulizia e funzionalità dei servizi igienici			
	Cura dello spazio naturale e del paesaggio agrario			
	Contesto paesaggistico			
	Rapporto qualità-prezzo			

4. Ripeterebbe l'esperienza in questa o in altre fattorie didattiche?
- ☐ Sì
- ☐ No

5. Quali erano gli obiettivi della visita?

....

6. Gli obiettivi che l'intervento si proponeva sono stati raggiunti?
- ☐ Sì
- ☐ No

7. I contenuti dell'intervento hanno corrisposto alle sue aspettative?
- ☐ Sì
- ☐ No

8. Accompagna bambini delle:

ELEMENTARI	Prima	Seconda	Terza	Quarta	Quinta

MEDIE	Prima	Seconda	Terza

Scriva le sue impressioni

....

....

....

....

....

Grazie per la collaborazione

Segue da pag. 30

per ogni bambino, per un importo massimo di 800 euro ad istituto, per visite a fattorie didattiche con sede in provincia di Cuneo.

La Provincia di Mantova assegna un contributo di 5 euro a bambino per le classi che si recano in visita a fattorie didattiche accreditate.

Sono, queste, esperienze da sviluppare perché sono esempi concreti di sostegno allo sviluppo dell'animazione didattica in fattoria.

Il bilancio economico e gli incentivi pubblici

La fattoria didattica è un'attività che può dare buone soddisfazioni economiche con un rischio finanziario trascurabile

Gli studi condotti dalla Bergerie nationale (centro studi e ricerche del Ministero dell'agricoltura francese) e dal Consorzio agriturisitco mantovano hanno evidenziato che per avere un ritorno economico da questa attività occorre che l'azienda agricola sia visitata, in un anno, da almeno 60 classi, per un numero minimo di 1.300 ospiti.

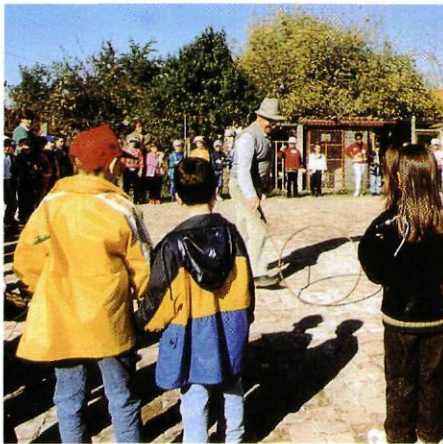
Come abbiamo detto in precedenza, le tariffe maggiormente diffuse si aggirano sui 6-7 euro per bambino (anche se talvolta possono raggiungere i 12 euro), per una visita di un'intera giornata, esclusi l'eventuale pasto o la merenda. Ne consegue che il volume di affari medio (2.000-2.500 ospiti all'anno), per azienda, si aggira sui 15.000 euro.

La percentuale di guadagno è abbastanza buona e va dal 30% al 35%.

In questo tipo di attività il rischio finanziario è trascurabile e l'investimento è ammortizzabile in 3 anni.

Alcune aziende, per motivi aziendali o personali, non sono in grado di andare oltre la soglia di equilibrio (cioè avere almeno 1.300 ospiti), ma non rinunciano per questo a far conoscere la loro azienda e la realtà del mestiere di agricoltore. A volte le soddisfazioni umane non hanno prezzo.

Il risultato economico dell'attività didattica può essere ulteriormente migliorato se ad esse si associano altre attività, come già detto in precedenza, quali la vendita diretta di prodotti di fattoria e l'agriturismo.

Inoltre, vi è da tenere presente che il settore si è sviluppato in modo disomogeneo e risulta concentrato in poche Regioni del nord. In queste zone si è prossimi ad una saturazione del mercato, dovuta alla attivazione di altri circuiti provinciali, alla crescente concorrenza di altri soggetti extra-agricoli che propongono programmi ed attività di carattere agricolo, alla crisi dei redditi familiari e dei budget delle scuole.

Gli anziani possono dare il proprio contributo educativo riproponendo, ad esempio, i giochi della tradizione

Bambini impegnati in attività didattiche guidati dai loro insegnanti e dagli operatori della fattoria didattica

Il naturale riferimento per gli incentivi sono i vari Piani di sviluppo rurale (Psr) elaborati dalle Regioni e la legge per il sostegno dell'imprenditoria femminile (Legge 25/02/1992, n. 215, pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* n. 56 del 7/3/1992), nonché le misure gestite dall'Inail di cui al Decreto legislativo n. 38 del 23/2/2000 (pubblicato sulla *Gazzetta ufficiale* n. 50 dell'1/3/2000), relativi al finanziamento dei programmi di adeguamento delle strutture e dell'organizzazione alle normative di sicurezza e di igiene del lavoro delle piccole e medie imprese e dei settori agricolo e artigianale. Per avere informazioni su questi finanziamenti è però bene farsi aiutare dalle organizzazioni agricole (Coldiretti, Confagricoltura, Cia, ecc.) o rivolgersi agli uffici pari opportunità degli enti locali (Regioni, Province e Comuni) o delle Camere di commercio.

Alcuni progetti Leader o Gal (Gruppo di azione locale), che vengono attuati in talune zone svantaggiate d'Italia, hanno deliberato interventi a sostegno delle fattorie didattiche. Si tratta di misure a bando per cui è necessario seguire con attenzione l'apertura dei termini nelle singole Regioni (si consiglia perciò di prendere contatti con gli uffici dei Gal, o dei servizi agricoltura delle Province o delle Camere di commercio).

Un esempio interessante è stato il progetto di sviluppo di attività di educazione ambientale svolto dal Gal Oglio Po Terre d'acqua (www.galogliopo.it).

Il futuro

Oltre la metà del volume d'affari dell'industria turistica italiana deriva dal turismo scolastico. In questo mercato c'è spazio anche per le aziende agricole e le fattorie didattiche

Oltre alla concorrenza di altri soggetti (cooperative sociali ad indirizzo ambientale, società commerciali che gestiscono attività turistiche e di educazione ambientale, city farm o fattorie urbane, ecc.), in questi ultimi anni vi sono stati un aumento della pressione fiscale da parte degli enti locali, e un aumento dei costi di formazione, di adeguamento strutturale e di messa in sicurezza dell'azienda agricola. Ciò pone il problema di una maggiore tutela dell'identità agricola di questa attività, di una maggiore professionalizzazione del settore, di uno sviluppo delle sinergie possibili tra le varie fattorie didattiche e della inevitabile diversificazione dei servizi aziendali.

A tal fine si può pensare all'organizzazione di attività di uno o più giorni (con pernottamento) rivolte alle diverse categorie sociali (famiglie, anziani, disabili), o a eventi di socializzazione, come ad esempio festeggiamenti di compleanni. Nascono così le fattorie didattiche mobili (in cui gli animali, di piccola taglia, sono portati direttamente a scuola), le ecofattorie (inserite in parchi naturali e specializzate in proposte di carattere ambientale), le fattorie-scuola (residenziali ed improntate al metodo cooperante, nelle quali si insegna a lavorare insieme per raggiungere obiettivi comuni), le fattorie aperte e di scoperta (in cui ci si limita alla visita senza svolgimento di attività), le fattorie terapeutiche (i cui referenti sono le persone con disabilità): tante espressioni dello stesso tentativo di far conoscere e comunicare il valore educativo della campagna.

Molte aziende sono, inoltre, impegnate nello sviluppo dell'indotto che può derivare da queste attività. In tale prospettiva i bambini ospitati rappresentano un

veicolo promozionale di straordinaria efficacia per allargare i mercati di riferimento dell'azienda agricola, un mezzo insostituibile per proporre alle famiglie i propri prodotti, freschi e trasformati, e gli altri servizi dell'azienda agrituristica.

In questo contesto le reti locali di fattorie didattiche (per esempio la rete della fattorie didattiche che fa capo al Consorzio agrituristico mantovano) possono svolgere un ruolo decisivo nello sviluppo e nella qualificazione dell'intero comparto, migliorando l'approccio commerciale e le strategie di marketing ed elaborando sistemi di verifica della soddisfazione degli ospiti e di fidelizzazione dei clienti.

Il volume d'affari del turismo scolastico è stimato in 550 milioni di euro su un volume complessivo dell'industria turistica italiana pari all'incirca a 1 miliardo di euro. È questo, quindi, un mercato di notevoli possibilità per l'azienda agricola e per la fattoria didattica, che dobbiamo imparare ad aggredire.

Le norme che regolano l'attività di fattoria didattica

Lo sviluppo di questo nuovo comparto ha evidenziato vuoti normativi nel quadro di riferimento e la mancanza di una disciplina organica e coerente. Le esperienze di questi anni, comunque, consentono di fissare alcune linee guida

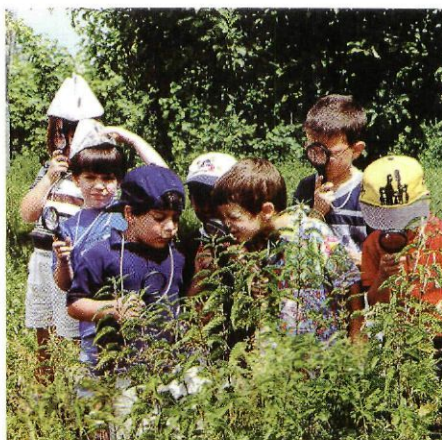
Inquadramento giuridico

In Italia, per molti anni, l'unico punto di riferimento è stato la Legge nazionale 730 del 5 dicembre 1985 (pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* n. 295 del 16 dicembre 1985), ed in particolare il comma c) dell'articolo 2, con cui si esplicitava il rientro nell'agriturismo delle attività ricreative e culturali. La Legge quadro rimandava poi alle singole leggi regionali di attuazione.

A livello di Comunità europea l'articolo 33 del regolamento Ce n. 1257/99 (pubblicato sulla *Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee* n. L 160/80 del 26/6/1999), a sostegno dello sviluppo rurale, ha incoraggiato lo sviluppo di attività didattiche all'interno delle aziende agricole.

In Italia il primo intervento specifico è rappresentato dall'art. 123 della Legge n. 388/2000 (pubblicata nel supplemento ordinario n. 219/L della *Gazzetta Ufficiale* n. 302 del 29/12/2000). Tale norma prevede che le attività di ricezione e di ospitalità, degustazione di prodotti aziendali ed organizzazione di attività ricreative, culturali e didattiche svolte da aziende agricole nell'ambito della diffusione di prodotti biologici o di qualità possono essere equiparate alle attività agrituristiche. Questa prima apertura, di fatto, si è ben presto scontrata con l'impossibilità di equiparare all'agriturismo attività didattiche effettuate da imprenditori agricoli sprovvisti di iscrizione all'albo regionale degli operatori agrituristici e dell'apposita autorizzazione comunale.

Un importante passo in avanti è stato invece rappresentato dal recente Decreto legislativo n. 228/2001 (pubblicato sul supplemento ordinario n. 149 della *Gazzetta Ufficiale* n. 137 del 15/06/2001), meglio conosciuto come legge di orientamento in agricoltura, che attribuisce ai servizi didattici la dignità di attività connessa. In esso, tra le attività connesse, sono previste le seguenti: commercializzazione e valorizzazione di prodotti ottenuti prevalentemente dalla coltivazione del fondo o dall'allevamento di animali; fornitura di beni e servizi mediante l'utilizzazione prevalente di attrezzature e risorse dell'azienda normalmente impiegate nell'attività agricola esercitata; ricezione e ospitalità dei consumatori volta a favorire la valorizzazione del patrimonio rurale e forestale.

Nella fattoria didattica non devono mancare il tempo e lo spazio per il divertimento

Con una lente d'ingrandimento si può scoprire un nuovo mondo

Inoltre esso riconduce all'esercizio di attività agrituristica quelle attività che hanno per scopo la degustazione di prodotti aziendali, l'organizzazione di attività ricreative, culturali, didattiche ed escursionistiche, finalizzate ad una migliore fruizione e conoscenza del territorio. È quindi del tutto legittimo ricondurre le attività didattiche nell'alveo di un normale esercizio agrituristico anche se, con il Decreto legislativo 228/2001 e l'art. 2 della Legge 24/12/2003, n. 350 (legge finanziaria 2004), l'attività didattica non è più una prerogativa esclusiva delle aziende agrituristiche ma può essere esercitata anche da una semplice azienda agricola.

Requisiti amministrativi

L'attività didattica rientra nelle attività agricole connesse ed è necessario, quindi, che sia svolta da un imprenditore agricolo, anche se non a titolo professionale, iscritto al registro delle imprese ed impegnato in un'attività agricola principale (coltivazione, allevamento di animali, silvicoltura); e, come detto sopra, dopo la legge di orientamento e la legge finanziaria del 2004, l'attività didattica può essere svolta sia dall'azienda agricola che dall'azienda agrituristica.

L'azienda agricola non ha bisogno di alcuna autorizzazione amministrativa rilasciata dal Comune per iniziare l'attività didattica. Invece se l'azienda agricola dispone già di un'autorizzazione agrituristica deve richiedere ai Servizi agricoltura della propria Provincia l'integrazione del certificato di complementarietà, ovvero del documento fondamentale rilasciato dalla Provincia per l'avvio di un'attività agrituristica, specificando che si intende svolgere attività didattica. In base alle diverse situazioni (solo azienda agricola o anche azienda agrituristica) è necessario richiedere al proprio Comune un'integrazione dell'autorizzazione comunale o il rilascio di una nuova autorizzazione. In alternativa vi sono Comuni che accettano la presentazione di una denuncia di inzio attività (DIA). Se si tratta di una nuova autorizzazione e non di una semplice integrazione, una volta ottenuta l'autorizzazione amministrativa per l'esercizio dell'attività agrituristica ad indirizzo didattico o presentata la DIA, è necessario realizzare alcuni adempimenti di carattere fiscale e amministrativo e predisporre un piano di gestione adeguato.

Adempimenti contabili

Una volta che si dispone dell'autorizzazione comunale, è necessario comunicare, entro 30 giorni, l'esercizio della nuova attività all'Agenzia delle entrate

AA9/7

DICHIARAZIONE DI INIZIO ATTIVITÀ, VARIAZIONE DATI O CESSAZIONE ATTIVITÀ AI FINI IVA
(IMPRESE INDIVIDUALI E LAVORATORI AUTONOMI)

AGENZIA DELLE ENTRATE

CODICE FISCALE R S S V T A 2 9 B 2 4 M 1 8 3 V — Pagina n. 0 1

QUADRO A – TIPO DI DICHIARAZIONE

X VARIAZIONE DATI — 0 2 4 6 4 3 3 0 3 6 0 — 1 5 0 9 2 0 0 5

QUADRO B – SOGGETTO D'IMPOSTA – Dati identificativi: ROSSI MARIO

Attività esercitata e luogo di esercizio: 0 1 1 3 4 COLTURE FRUTTICOLE DIVERSE

VIA GARIBALDI 1000

4 1 1 0 0 MODENA — MO

QUADRO C – TITOLARE – Dati identificativi: R S S V T A 2 9 B 2 4 M 1 8 3 V ROSSI MARIO

0 1 0 1 1 9 7 0 AGUGLIANO — AN

VIA GARIBALDI 100 — X

4 1 1 0 0 MODENA — MO

CODICE FISCALE R S S V T A 2 9 B 2 4 M 1 8 3 V — Pagina n. 0 2

QUADRO G – INFORMAZIONI INERENTI LE ATTIVITÀ ESERCITATE

SEZIONE 1 – ALTRE ATTIVITÀ ESERCITATE: X C 55235 AGRITURISMO — 15000 — X

CODICE FISCALE R S S V T A 2 9 B 2 4 M 1 8 3 V — Pagina n. 0 3

QUADRI COMPILATI E FIRMA DELLA DICHIARAZIONE: X X X D E F X H — Totale Pagine 0 3

DATA 15/09/2005 — CODICE FISCALE R S S V T A 2 9 B 2 4 M 1 8 3 V

FIRMA DEL DICHIARANTE

Modello AA9/7 da compilare e restituire all'Agenzia delle entrate, trascrivendo nel riquadro riservato all'indicazione delle attività esercitate il codice 55235 - descrizione: «Agriturismo» (indicata dalla freccia), nel caso (il più diffuso) in cui l'attività didattica sia svolta da un'azienda agrituristica. Sono state riportate solo le parti che interessano

competente per territorio, mediante apposito modello AA9/7 di variazione dati (vedi fac-simile qui sopra), e all'Ufficio imprese della locale Camera di commercio mediante il modello di variazione dati Registro imprese (vedi fac-simile qui sotto).

Dobbiamo, inoltre, acquisire blocchetti per ricevute e per fatture fiscali ed un registro dei corrispettivi su cui annotare entro il 15 del mese successivo gli incassi riportati sui blocchetti fiscali (vedi i fac-simile a pag. 35).

Inquadramento fiscale ed amministrativo

L'attività didattica può essere svolta sia all'interno di un'azienda con anche attività agrituristica, sia da un'azienda con sola attività agricola.

Nel caso di azienda agricola con attività agrituristica l'attività didattica rientra fra le attività connesse.

Ai fini Irpef, in sede di denuncia dei redditi si applicherà comunque un coefficiente di redditività del 25 % sul totale dei corrispettivi, ovvero sul totale degli importi delle ricevute fiscali o delle fatture fiscali riportati sul registro dei corrispettivi, al netto dell'Iva. E non ci può essere alcun accertamento sulla base di studi di settore elaborati dagli uffici finanziari in seguito ad analisi condotte su casi analoghi.

Nel caso si tratti di un'azienda agricola che svolga attività didattica non in un quadro agrituristico l'impresa prov-

INDICARE N° TEL. 059 / 010230 DI CHI PRESENTA IL MODELLO ALLO SPORTELLO: STUDIO, ASSOCIAZIONE, ECC.

CAMERA DI COMMERCIO, INDUSTRIA, ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI MODENA

I 2 — MARCA DA BOLLO € 14,62 — MODIFICA E CANCELLAZIONE DI IMPRENDITORE INDIVIDUALE DAL REGISTRO DELLE IMPRESE

REGISTRO DELLE IMPRESE 1998

A / ESTREMI DI ISCRIZIONE NEL REGISTRO DELLE IMPRESE

Nr. Registro Imprese	Ufficio di	Nr. R.E.A.	Data protocollo	Nr. protocollo
	MODENA	300 000	/ /	

Il sottoscritto: ROSSI MARIO in qualità di (titolare, etc.): TITOLARE di impresa individuale, con codice fiscale: RSSVTA29B24M183V presenta all'Ufficio del Registro Imprese

Domanda di:

X ISCRIZIONE DELLE MODIFICHE INDICATE NEI QUADRI COMPILATI

B TRASFERIMENTO DI SEZIONE NEL REGISTRO DELLE IMPRESE (COMPILARE Q. 16)

C CANCELLAZIONE DELL'IMPRESA DAL REGISTRO DELLE IMPRESE

X 7B / VARIAZIONI DELLE ATTIVITÀ AGRICOLE ESERCITATE DALL'IMPRESA

Dal 15/09/05 è iniziata l'attività di: AGRITURISMO

Indicare le province dove viene esercitata: MODENA

X 9 / NUOVA ATTIVITÀ UNICA O PREVALENTE ESERCITATA DALL'IMPRESA

Il quadro va compilato solo se la situazione è variata a seguito delle notizie indicate nei quadri 7 e 7B

Dal 15/09/05 l'attività prevalente dell'impresa è la seguente: COLTIVAZIONE DI CILIEGIE, FRAGOLE, ALBICOCCHE E PICCOLI FRUTTI DEL SOTTOBOSCO

TITOLI ABILITATIVI RELATIVI ALLE ATTIVITÀ DELLA SEDE

11 / ISCRIZIONI IN ALBI, RUOLI, ELENCHI, REGISTRI etc.

Ente o Autorità	Denominazione albo, ruolo, etc.	Data	Numero
		/ /	

X 12 / LICENZE O AUTORIZZAZIONI

Ente o Autorità	Denominazione licenza o autorizzazione	Data	Numero
COMUNE DI MODENA	AUTORIZZAZ. ESERC. AGRIT.	15.09.05	01234

13 / DENUNCIA DI INIZIO ATTIVITÀ O COMUNICAZIONE

In data / / è stata presentata denuncia di inizio dell'attività o comunicazione per l'attività di: a (Ente o autorità)

X 18 / NOTE

LA NUOVA ATTIVITA' DICHIARATA AL PUNTO 7/B VIENE ESERCITATA ENTRO I LIMITI PREVISTI DALL'ART. 2135 C.C.

DOCUMENTI ALLEGATI

nr. 1 copie di DOCUMENTO IDENTITA' — nr. 1 copie di AUTORIZZAZIONE AGRIT.

ALTRI MODELLI ALLEGATI (per i quali è richiesta la firma semplice)

nr. Intercalare P — nr. UL

FIRMA DELL'OBBLIGATO (titolare o procuratore)

Nome e Cognome: MARIO ROSSI — Firma: Mario Rossi

Modello, da compilare e restituire all'Ufficio Imprese della locale Camera di commercio, variazione dati, contenente la nuova attività agrituristica esercitata (indicata dalla freccia). Sono state riportate solo le parti che interessano

vederà a liquidare l'imposta complessiva mediante la somma algebrica dei seguenti importi:
– l'imposta dovuta in base al regime speciale (metodo delle percentuali di compensazione) per quanto riguarda l'attività prettamente agricola;
– l'imposta dovuta in base al regime ordinario (Iva incassata meno Iva pagata).

Se l'azienda esercita attività didattica in un quadro agrituristico e in regime forfettario, ai fini Iva è riconosciuta una deduzione del 50% dell'Iva incassata dai clienti. In poche parole significa che se in un giorno io ho 25 bambini a 12 euro ogni bambino e il mio incasso totale è di 300 euro in quella giornata dovrei versare 50 euro all'erario di Iva. In realtà ne verserò solo 25. Questa impostazione, però, si applica se la specifica legge regionale (come ad esempio in Lombardia) contempla nel proprio ordinamento l'attività didattica.

Vediamo ora come ci si deve comportare, al momento della ultimazione delle prestazioni e dell'emissione di fattura, se si è un operatore economico con partita Iva (vedi qui sopra il **caso A**), o di ricevuta fiscale in tutti gli altri casi (ovvero se non si tratta di enti con partita Iva, vedi **caso B**). In pratica vediamo quale aliquota Iva applicare.
– Aliquota Iva al 20%, nel caso in cui l'attività didattica sia un servizio autonomo da parte di un'impresa iscritta all'elenco degli operatori agrituristici. In questo caso si applicherà il regime fiscale forfetario proprio dell'agriturismo.
– Aliquota Iva al 10%, nel caso in cui invece le attività didattiche costituiscano un servizio accessorio per gli ospiti che già usufruiscono di pernottamento e/o di somministrazione pasti (vedi **caso C**). L'attività didattica rientra, quindi, all'interno di un pacchetto più ampio di servizi (ristoro e alloggio).
– Aliquota Iva al 20%, nel caso in cui l'attività venga svolta da un'azienda agricola che non ha un'attività agrituristica.

Per quanto riguarda l'esenzione dall'Iva (art. 10 comma 20 Dpr 633/72) la potrebbero applicare le fattorie didattiche accreditate dalle Regioni (Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna, Marche, Abruzzo, Campania, Sicilia, Provincia autonoma di Bolzano) in cui le fattorie didattiche aderiscono ad una precisa carta qualità, sono accreditate e sono controllate dai Servizi agricoltura delle Province.

Il condizionale è d'obbligo perché sino ad ora solo la Direzione regionale delle entrate del Piemonte ha concesso questa possibilità ad alcune aziende aderenti ad una associazione agrituristica che svolgono attività di fattoria didattica.

Per questo è fondamentale presenta-

RICEVUTA FISCALE ☒ FATTURA (RICEVUTA FISCALE)

AZ. AGRITURISTICA
ARGININO PICCOLO di Luisa Bellini
Via Arginino, 9 - 46035 OSTIGLIA (MN)
Tel. e Fax 0386 31475
Part. IVA 02030110205

N. 03 — Data 11-04-05

CONSORZIO TERRA DI VIRGILIO
VIA CAPPELLO, 5 46100 MANTOVA
P. IVA 01924430208

QUANTITÀ, NATURA E QUALITÀ DEI BENI O DEI SERVIZI	IMPORTO
54 BAMBINI ATTIVITÀ DIDATTICA	270,00

Imponibile	225,00	Corrispettivo pagato	
Imposta 20%	45,00	Corrispettivo non pagato	
Totale	270,00	TOTALE €	270,00

6205R100 ADE082817/02

Caso A. *Fac-simile di fattura fiscale (Iva 20%) emessa da un'azienda agrituristica con attività didattica*

☒ RICEVUTA FISCALE ☐ FATTURA (RICEVUTA FISCALE)

AZ. AGRITURISTICA
ARGININO PICCOLO di Luisa Bellini
Via Arginino, 9 - 46035 OSTIGLIA (MN)
Tel. e Fax 0386 31475
Part. IVA 02030110205

N. 30 — Data 23/05/05

QUANTITÀ, NATURA E QUALITÀ DEI BENI O DEI SERVIZI	IMPORTO
ATTIVITA' DIDATTICA	10,00
1 PERCORSO CARROZZA	5,00

Imponibile		Corrispettivo pagato	
Imposta %		Corrispettivo non pagato	
Totale		TOTALE €	15,00

Il modulo è predisposto per l'utilizzo in Euro e centesimi di Euro (inclusi). Obbligatorio dal 1° gennaio 2002

6205R1000 RBH 821943 /04

Caso B. *Fac-simile di ricevuta fiscale emessa da un'azienda agrituristica con attività didattica*

DATI IDENTIFICATIVI EMITTENTE			☐ RICEVUTA FISCALE
Cedente o prestatore Agriturismo Rossi Mario			☒ FATTURA - RICEVUTA FISCALE
Residenza o domicilio VIA SANTI 14 - MODENA			Numero attribuito 06
Codice fiscale o partita I.V.A. 01234560368			AAA000000/99 Data 10/01/2002
DATI IDENTIFICATIVI DEL CLIENTE			
Scuola Media "Don Milani". via Andrea Costa 10. Castelfranco Emilia (MO)			
Quantità, natura e qualità dei beni o servizi			IMPORTO
N.20 PASTI A PREZZO FISSO DI EURO 15,00 CON LEZIONE DI EDUCAZIONE ALIMENTARE ACCESSORIA.			350,00
Dettaglio I.V.A.			
Aliquota	Imponibile	Imposta	Corrispettivo pagato 350,00
Aliquota	Imponibile	Imposta	Corrispettivo non pagato
Totale	318,18	31,82	Totale documento 350.00

Caso C. *Fac-simile di ricevuta fiscale (Iva al 10%) emessa da un'azienda agrituristica a favore di una scuola. Questo è il caso in cui l'attività didattica rientra in un pacchetto di servizi più ampio (vedi testo)*

Data	Descrizione	Importi delle operazioni	CORRISPETTIVI COMPRENSIVI DI IVA 20 %	%	%
2005	Riporto €				
09/05	ATTIVITÀ DIDATTICA	350,00	350,00		
	a Riportare €				
	DIMINUZIONE DEL % IMPONIBILI IVA				

CALCOLO IVA
Mese / Periodo di ...
IVA PER CESSIONI O PRESTAZIONI
IVA PER VARIAZIONI
IVA PER ACQUISTI
IVA PER VARIAZIONI
IVA A DEBITO / A CREDITO €
IVA DA VERSARE / A CREDITO €

Fac-simile di registro corrispettivi dove vanno registrati gli importi degli incassi

re alle proprie direzioni regionali delle entrate richieste di interpello prima di applicare l'esenzione dall'Iva.

Sono infatti molte le Regioni in cui sono in corso processi di elaborazione di «carte della qualità» e di normative sull'accreditamento per promuovere forme di accoglienza che garantiscano gli ospiti su aspetti fondamentali quali la sicurezza, la competenza degli operatori, l'affidabilità dell'impostazione pedagogica.

In alcune Regioni sono già state approvate apposite normative con cui sono stati predisposti corsi di abilitazione e di formazione continua per gli agricoltori e «carte dei requisiti per l'accreditamento». In Lombardia, per esempio, «la carta della qualità» (pubblicata sul *Bollettino Ufficiale della Regione* n. 45 del 4/11/2002) prevede procedure di accreditamento, un corso abilitante di 120 ore e successivi corsi di aggiornamento per almeno 30 ore all'anno.

La Regione Emilia-Romagna, con delibera n. 1580/2004, prevede un forte impegno formativo con corsi di base per operatori di fattorie didattiche (90-120 ore), corsi di aggiornamento annuali (30-40 ore) e procedure di accreditamento annuale da parte delle Province.

Il Veneto, infine, con delibera della Giunta regionale n. 5202 del 18/07/2002, ha dato il via ad un progetto regionale di fattorie didattiche che prevede una «Carta regionale della qualità» e precisi requisiti formativi. Per informazioni si vedano gli indirizzi a fine capitolo.

Le altre Regioni in cui sono state approvate normative specifiche per l'accreditamento sono la Sicilia, le Marche, l'Abruzzo e la Provincia autonoma di Bolzano.

Il riconoscimento o l'accreditamento sono cose ben diverse dall'autorizzazione annuale che il Comune rilascia ai sensi delle varie leggi regionali.

Si tratta di un'adesione volontaria e della assunzione di impegni precisi da parte di chi gestisce una fattoria didattica in termini di formazione continua, di prevenzione delle situazioni a rischio e di assoggettamento volontario ad un sistema di controlli condotti da amministrazioni pubbliche.

Questa scelta può avere effetti economici, in quanto alcune amministrazioni locali ne hanno fatto un prerequisito per l'accesso ai finanziamenti previsti dai piani provinciali di educazione alimentare, ma può avere, soprattutto, riflessi fiscali. L'art. 10, comma 20, del Dpr n. 633/72 consente l'esenzione Iva relativamente alle prestazioni educative dell'infanzia e della gioventù e a quelle didattiche in generale, rese da istituti o scuole riconosciute da pubbliche amministrazioni, comprese le prestazioni relative all'alloggio, al vitto e alla fornitura di materiale didattico. L'Agenzia delle entrate si è espressa recentemente, in due occasioni, per affermare come alla terminologia «Istituti o scuole» debba essere attribuito un valore meramente descrittivo e non esaustivo, in quanto è sufficiente il riconoscimento ed il controllo delle finalità didattiche da parte di una pubblica amministrazione (risoluzioni n. 77/E del 28/05/2001 e 129/E del 18/09/2001). Le fattorie didattiche della Lombardia, per esempio, possono richiedere di essere accreditate dalla Regione e con ciò dichiarano di aderire ad una specifica carta della qualità ma nel contempo sono controllate annualmente dai Servizi agricoltura delle Province, che ne controllano i requisiti strutturali, formativi, le finalità didattiche ed i programmi proposti.

Alla scoperta degli antichi mestieri: per attirare l'attenzione dei piccoli si possono far loro eseguire alcuni lavori così come venivano svolti nel passato

Durante le passeggiate all'aria aperta, i bambini, con l'aiuto dei loro insegnanti, imparano ad apprezzare la bellezza dell'ambiente: è un'esperienza che li farà diventare, un giorno, adulti più responsabili

Qualora le aziende agricole o agrituristiche effettuino prestazioni didattiche (non aventi carattere d'accessorietà) direttamente nei confronti d'istituti scolastici, a seguito di riconoscimenti (o accreditamenti) e sotto il controllo dei competenti assessorati all'agricoltura, si ritiene legittimo invocare l'esenzione da Iva in virtù dell'art. 10, comma 20, del Dpr 633/72.

Si tratta di una tesi controversa su cui, tuttavia, si è avuto di recente un significativo pronunciamento dell'Agenzia delle entrate del Piemonte su sollecitazione di un'associazione agrituristica piemontese. L'Agenzia delle entrate del Piemonte, infatti, per la prima volta in Italia ha sancito che le fattorie didattiche che svolgono attività didattica e che aderiscono a questa associazione agrituristica possano avvalersi nelle prestazioni didattiche dell'esenzione dall'Iva.

Dato questo precedente è, quindi, opportuno che in ogni Regione si presentino quesiti in tal senso attraverso la procedura di cui all'articolo 11 della Legge 212/2000 (Diritto di interpello). L'istanza di interpello deve essere argomentata e va presentata alla Direzione regionale delle entrate della Regione in cui si ha il domicilio fiscale.

L'istanza può essere presentata dal contribuente direttamente interessato allo specifico caso concreto e alla relativa soluzione o da associazioni professionali, studi di consulenza, consorzi fra aziende.

L'interpello deve essere preventivo ossia il contribuente non deve aver già dato attuazione allo specifico comportamento (cioè l'esenzione non deve essere già stata applicata). L'amministrazione finanziaria ha poi 60 giorni di tempo per rispondere.

A pag. 37 pubblichiamo il fac-simile dell'istanza di interpello presentata dal Consorzio agrituristico mantovano «Verdi terre d'acqua» alla Direzione regionale delle entrate della Regione Lombardia.

L'Irap (Imposta regionale attività produttive) si applica anche al comparto agrituristico e quindi anche alle attività didattiche. All'imponibile determinato ai fini Irap e relativo all'attività didattica è applicata l'aliquota Irap ordinaria del 4,25%.

Sicurezza

L'azienda agricola è un luogo di produzione ed i normali pericoli connessi con l'attività agricola vengono accentuati dalla presenza di bambini e di ospiti. Risulta, quindi, di primaria importanza che le strutture, gli ambienti di lavo-

ro, gli impianti, i depositi, le macchine e le attrezzature siano adeguati alle normative vigenti ed esenti da rischi per consentire a chi opera all'interno dell'azienda agricola di lavorare in sicurezza e per rendere piacevoli e serene le visite e le attività didattiche.

A tal fine il titolare deve procedere alla valutazione dei rischi presenti nella propria azienda agricola. Sono sempre di più, tra l'altro, le scuole che hanno introdotto nel regolamento d'istituto, per le gite, la richiesta di una dichiarazione di idoneità e di messa in sicurezza dell'azienda.

Per quanto riguarda la prevenzione degli incendi, il titolare deve predisporre il piano di emergenza per l'evacuazione dei luoghi di lavoro e richiedere, se del caso, ai Vigili del fuoco il certificato prevenzione incendi per le attività agricole.

Nei piani di sicurezza, emergenza e prevenzione incendi è compito del titolare dell'azienda agricola nominare dei responsabili in possesso di idonea formazione, assicurarne la formazione continua e predisporre una cartellonistica adeguata. Del resto la responsabilità di tutto ciò che avviene in azienda e del comportamento professionale dei propri collaboratori è sempre e comunque del titolare d'azienda.

È opportuno predisporre uno spazio di primo soccorso ed è invece obbligatorio disporre di una cassetta di pronto soccorso.

Assicurazione

Se la responsabilità penale è personale, dal punto di vista civilistico ci si può sempre tutelare predisponendo una buona copertura assicurativa di responsabilità civile che comprenda anche la copertura legale. In generale è pericoloso pensare di svolgere una qualsiasi attività senza considerare l'eventualità che qualcuno possa subire dei danni.

I rischi più frequenti sono di tipo alimentare (tossinfezioni), o connessi al comportamento o a zoonosi (malattie infettive trasmissibili all'uomo) degli animali allevati in azienda, alla presenza di macchine e attrezzature agricole o a percorsi aziendali accidentati e sconnessi che possono provocare cadute.

La responsabilità civile che grava sull'imprenditore non è solo un problema giuridico ma anche economico. Eventuali incidenti e le conseguenti richieste di risarcimento avanzate dai danneggiati possono minare la stabilità economica dell'azienda ed intaccarne il patrimonio.

Come tanti altri problemi che assillano l'imprenditore, anche quello della «responsabilità civile da esercizio di atti-

Alla Direzione regionale delle entrate della Regione Lombardia

INTERPELLO

Oggetto: obblighi Iva inerenti lo svolgimento di attività didattica in fattoria.

Il presidente del *Consorzio agrituristico mantovano «Verdi terre d'acqua»*, con sede in Mantova, piazza San Giovanni, n° 7,

ESPONE

quanto appresso.

FATTO

Diversi associati hanno manifestato la necessità di svolgere l'attività didattica in fattoria ed in particolare attività di educazione ambientale, al gusto e alla ruralità rivolto ad utenti costituiti da gruppi scolastici e gruppi organizzati e pertanto sono sorti dubbi circa gli obblighi inerenti l'applicazione del DPR 633/72 (Iva).

DIRITTO

Il Decreto legislativo 18 maggio 2001, n° 228, ha modificato l'articolo 2135 del codice civile e pertanto riscrivendo sostanzialmente la nozione dell'imprenditore agricolo attribuendogli così un nuovo ruolo. In buona sostanza l'imprenditore agricolo è divenuto una figura più ampia e completa. Emerge una nuova configurazione giuridica e funzionale dell'azienda agricola ampliando lo scenario delle attività connesse. L'articolo 1 del Decreto legislativo 228/2001 ricomprende fra le attività connesse anche la "valorizzazione dei prodotti agricoli, del territorio e del patrimonio rurale". L'art. 3 del qui richiamato decreto specifica che "Rientrano fra le attività agriturisitche di cui alla legge 5 dicembre 1985, n° 739, ancorchè svolte all'esterno dei beni fondiari nella disponibilità dell'impresa, l'organizzazione di attività ricreative, culturali e didattiche…"
Del resto è la stessa Comunità Economica Europea che ha incoraggiato lo sviluppo dell'attività didattica all'interno delle imprese agricole con il regolamento Cee n° 1257/1999 che qui si richiama.
Ne si può tacere che negli scorsi anni sono stati sottoscritti numerosi protocolli d'intesa fra associazioni agricole e Ministero della pubblica istruzione per diffondere tra i giovani la conoscenza del rapporto tra l'uomo e l'ambiente, la cultura e le tradizioni del mondo agricolo.
Non ultimo la Regione Lombardia con Decreto della Giunta Regionale del 11 ottobre 2002, n° 7/10598, ha approvato lo schema della carta della qualità e del marchio che identifica la rete regionale delle fattorie didattiche specificando le modalità di riconoscimento, di accreditamento annuale e di vigilanza. Con successivo decreto del Direttore Generale del 20 dicembre 2002, n° 25615, sono poi stati fissati i contenuti essenziali dei moduli formativi per gli operatori delle fattorie didattiche della Lombardia di cui al Decreto della Giunta regionale 11 ottobre 2002, n° 7/10598.
Ora, con il supporto di questo quadro normativo alcune aziende agricole, con attività agrituristica, svolgono attività didattica in fattoria ed in particolare attività di educazione ambientale, al gusto e alla ruralità rivolto ad utenti costituiti da gruppi scolastici e gruppi organizzati.
Ciò anche in considerazione sia del tenore dell'articolo 10, primo comma , n° 20, del D.P.R. n° 633/72 che statuisce l'esenzione Iva per "le prestazioni educative dell'infanzia e della gioventù e quelle didattiche di ogni genere, anche per la formazione, l'aggiornamneto, la riqualificazione e riconversione professionale, rese da istituti o scuole riconsciute da pubbliche amministrazioni … omissis…" sia del fatto che la Direzione Centrale dell'Agenzia delle Entrate, con risoluzioni n° 77/e del 28/05/2001 e 129 del 18/09/2001, ha specificato che la terminologia usata dalla norma "Istituti e scuole" ha un valore meramente descrittivo e non il significato di un'elencazione tassativa di soggetti ammessi ad usufruire del regime d'esenzione,

CONCLUSIONI

Con il supporto dei motivi ut supra esposti il presidente del *Consorzio agrituristico mantovano «Verdi terre d'acqua»* richiede a codesta Spettabile Direzione di pronunciarsi sulla seguente questione :
«i corsi tenuti da aziende agrituristiche che aderiscono al progetto regionale delle fattorie didattiche promosso dalla Regione Lombardia e che sono accreditate annualmente in base al Decreto della Giunta regionale 11 ottobre 2002, n° 7/10598 rientrano nella norma di esenzione Iva prevista dall'art. 10 del D.P.R. n° 633/72 ?».

Mantova data del timbro postale — Il presidente

Fac-simile dell'istanza di interpello presentata dal Consorzio agrituristico mantovano «Verdi terre d'acqua» alla Direzione regionale delle entrate della Regione Lombardia

vità» può trovare una risposta adeguata mediante un contratto assicurativo. La stipula di una adeguata copertura assicurativa è, inoltre, una delle condizioni previste dalle carte di qualità regionali per l'accreditamento della fattoria didattica.

Una generica polizza di copertura della responsabilità civile dell'azienda agricola non è sufficiente, in quanto tali polizze, spesso, coprono solo i danni derivanti da attività che rientrano nella produzione di reddito agrario. Lo svolgimento dell'attività didattica è riconducibile, invece, all'esercizio di un'attività di servizio con conseguente produzione di reddito d'impresa.

La polizza di responsabilità civile dell'azienda agricola deve, quindi, essere integrata con una estensione esplicita della copertura anche alle attività didattiche.

La maggior parte delle compagnie assicurative tende invece a ricomprendere le attività didattiche nelle attività «culturali o ricreative» dell'impresa agrituristica.

Per questo è necessario richiedere che l'integrazione contenga un esplicito richiamo alle attività didattiche e nel contempo trasmettere alla compagnia assicurativa una esemplificazione delle attività che si intendono intraprendere sottolineando, tuttavia, che tale elenco non è esaustivo, ma che ci si riserva di esercitare tutte le attività previste dalla normativa vigente e dalle autorizzazioni di cui si è in possesso.

Le esperienze di questi anni hanno concorso a far emergere alcuni importanti limiti degli attuali prodotti assicurativi. I massimali attualmente previsti dalla maggior parte delle compagnie sono insufficienti.

In caso di incidenti con scolaresche il massimale di 500.000 euro può essere basso per cui è necessario prevedere anche massimali superiori al milione di euro. I massimali attualmente proposti dalle principali compagnie sono addirittura risibili o i tassi impossibili nel caso di danni provocati al cavaliere per imperizia ed incapacità dello stesso nell'impiego di cavalli.

Per evitare l'esplosione dei premi assicurativi è opportuno scegliere polizze assicurative che prevedano di graduare i massimali in base al grado di rischio delle diverse attività.

Alcune polizze contengono la clausola della decadenza della copertura assicurativa in caso di gravi inadempienze alle norme previste dalla Legge 626/94 (la legge miglioramento della sicurezza e della salute dei lavoratori sul luogo di lavoro). Altre prevedono che si metta a disposizione un percorso non accidentato e che le attività siano condotte da personale dotato della necessaria professio-

Per rallegrare l'ambiente e catturare la curiosità dei piccoli ospiti spesso basta un po' di fantasia

nalità senza specificare però che cosa si intende con ciò.

Questi limiti vanno attentamente verificati e rimossi in sede di negoziazione del contratto assicurativo nel quale va inserita anche la copertura dell'assistenza legale in caso di controversie con genitori e/o con istituti scolastici o di possibili rivalse di insegnanti o in caso di altre compagnie assicurative.

Lo sviluppo dell'agriturismo ha comportato l'attenzione di molte compagnie verso questo comparto. Tra queste segnaliamo Agrinova dell'Unipol, Multirischi della compagnia Toro assicurazioni, Ruralia della Cattolica, Agrisicura della compagnia Fata. Le polizze di queste compagnie sono già state testate sul campo in caso di gravi incidenti ed hanno risposto, sino ad ora, positivamente, senza assumere posizioni pretestuose o dilatorie.

Come in ogni ambiente gestionale, anche in questo bisogna attivare lo strumento della prevenzione ed adottare tutte le misure che possono evitare o limitare le probabilità che un certo evento accada. È evidente che ogni fatto dannoso, anche se coperto da assicurazione, incide sempre sulla vita economica di un'azienda con conseguenze difficilmente controllabili e prevedibili. Si pensi agli effetti anche solo psicologici che un sinistro può generare sui clienti, ai procedimenti giudiziari, alla perdita di immagine, alla perdita di quota di mercato.

Per questo le attività vanno precedentemente testate, gli animali tenuti sotto controllo e lontani dal contatto con i bambini, le macchine agricole tenute sotto chiave ed i fienili resi inaccessibili. Lo strumento di prevenzione più efficace è tuttavia la capacità di catturare l'attenzione dei bambini senza soluzioni di continuità.

Segnaletica

Per facilitare l'accesso in azienda è utile predisporre una segnaletica adeguata, con cartelli di servizio e frecce direzionali. Ricordiamo che le segnaletiche poste davanti al centro aziendale se sono inferiori ai 5 metri quadrati complessivi non sono soggette all'imposta di pubblicità.

Norme sulla privacy

I rischi più ricorrenti, in base alla legge sulla privacy, sono quelli connessi con l'utilizzo, non autorizzato, di fotografie di ospiti (insegnanti, classi, bambini) senza la preventiva autorizzazione degli interessati o dei genitori o la costruzione di banche dati sulle scuole ospitate senza la relativa autorizzazione al trattamento dei dati, o la conservazione dei dati su bambini con allergie. La richiesta alla scuola di segnalare bambini con eventuali allergie anche non alimentari è opportuna per evitare situazioni di pericolo, ma si deve assicurare la massima riservatezza nel trattamento di questi dati.

Senza la preventiva autorizzazione

Una lezione all'aperto: i bambini acquisiscono semplici nozioni sui mezzi impiegati per le produzioni agricole

dei genitori e degli insegnanti è quindi opportuno utilizzare solo fotografie raffiguranti soggetti non riconoscibili (per esempio ritratti di spalle oppure sfocati).

Le sanzioni previste per chi omette di sottoporre agli interessati l'informativa sul trattamento dei dati personali, se dovesse essere accolta un'eventuale denuncia da parte dei genitori, sono amministrative. È quindi previsto un esborso pecuniario variabile da una somma base di 3 mila euro sino a 18 mila euro e, nei casi di dati sensibili o giudiziari, o di trattamenti che presentano rischi specifici (art. 17), varia da 5 mila a 30 mila euro.

La conservazione di dati comporta la necessità di predisporre misure minime di protezione dei dati stessi ed in taluni casi di redigere un vero e proprio documento programmatico sulla sicurezza.

Se si intendono utilizzare fotografie o video a scopo promozionale è opportuno far sottoscrivere (vedi fac-simile qui sotto) ai propri ospiti (insegnanti e genitori dei bambini), possibilmente

Attività didattica nell'orto: i bambini acquisiscono manualità attraverso esperienze pratiche che non potrebbero certamente fare sui banchi di scuola

prima della visita, informative sul trattamento dei dati personali ai sensi dell'articolo 13 del Dlgs 196/03, specificando che durante la visita potranno essere raccolti dati personali di varia natura, anche di tipo fotografico o video, a fine informativo, promozionale e pubblicitario della struttura ospitante e delle attività didattiche. ❑

INFORMATIVA
sul trattamento dei dati personali ai sensi del Dlgs 196/03

Ai sensi dell'art. 13 e per gli effetti del Dlgs del 30 giugno 2003 n. 196, l'azienda agrituristica ...., onde consentirVi la più consapevole valutazione del trattamento cui sono sottoposti i dati personali che riguardano i minori sotto la Vostra tutela, Vi informa che durante la visita che si terrà nella data .... potranno essere raccolti dati personali di varia natura, anche di tipo fotografico e/o video, a fine informativo, promozionale e pubblicitario della struttura ospitante e delle relative attività didattiche.

Tali dati sono e saranno trattati in modo lecito e secondo norme di corretta riservatezza e comunque nel rispetto del citato Dlgs 196/03, mediante strumenti informatici e manuali.

Vi informiamo inoltre che allo stesso scopo i dati potranno essere comunicati al .... che li potrà utilizzare solo per i medesimi fini promozionali e pubblicitari ivi inclusa la pubblicazione su stampa e sul sito ....

In relazione ai predetti trattamenti potrete esercitare tutti i diritti di cui all'art.7 del Dlgs 196/03, tra cui in particolare il diritto di conoscere i dati registrati sotto il Vostro consenso, ottenerne la cancellazione quando consentito dalla legge, l'aggiornamento, la rettifica o l'integrazione, opporVi a trattamenti specifici. Con la presente siamo pertanto a richiederVi di prestare il Vostro consenso in qualità di genitori, soggetti esercitanti la patria potestà o tutela del minore, per l'utilizzo di dati eventualmente raccolti durante le attività didattiche, ai fini e nei limiti di quanto sopra indicato e fino a diversa comunicazione da parte Vostra che dovrà pervenirci per iscritto.

Il mancato consenso all'utilizzo dei dati non comporta per Voi e per il minore alcuna limitazione o impedimento allo svolgimento delle attività didattiche.

Titolare dei dati raccolti è l'azienda agrituristica ....

AUTORIZZAZIONE

Il sottoscritto, con la firma apposta alla presente, conferma di essere stato correttamente informato dal Titolare circa il trattamento cui sono destinati i dati raccolti relativi ai minori sotto la propria tutela, ai sensi dell'art.13 del Dlgs 196/03.

Conferma, inoltre, di essere stato posto a conoscenza dei propri diritti di cui all'art.7 del Dlgs 196/03 (il cui testo completo è a vostra disposizione per una lettura integrale) e quindi presta il consenso al trattamento di tali dati ai fini e nei termini menzionati nella presente informativa.

Presta il consenso al trattamento di tali dati ai fini e nei termini menzionati nella presente informativa.

Nome e cognome minore ....

Nome e cognome di uno dei genitori ....

Nome e cognome di chi ne fa le veci in qualità di ....

Luogo e data ....

Firma

....

INDIRIZZI UTILI

Aiab (Associazione italiana agricoltura biologica) - Via Piave, 14 - 00187 Roma - Tel. 06 45437485. Referenti: Livia Ortolani, Cristina Grandi.

Associazione polesana coltivatori diretti Rovigo - Via Mario, 19 - 45100 Rovigo - Tel. 0425 2018. Referente: Lorenza Bellettato.

Bambini in fattoria - Associazione agricoltori di Rovigo - Piazza Duomo, 2 - 45100 Rovigo - Tel. 0425 204411 - Responsabile: Monica Bimbatti.

Coltivatori Diretti - Via XXIV Maggio, 43 - 00187 Roma - Tel. 06 46821. Responsabile: Alessandra Tazza.

Consorzio agrituristico mantovano - Piazza San Giovanni, 7 - 46100 Mantova - Tel. 0376 368865. Responsabile: Marco Boschetti.

Consorzio agriturismo Piemonte - Via S. Tommaso, 22B - 10122 Torino - Tel. 011 534918. Presidente: Margherita Borri.

Istituto Agrario di San Michele all'Adige - Via Edmondo Mach, 1 - 38010 San Michele all'Adige (Trento) - Tel. 0461 615456. Responsabile: Marina Monfredini.

Osservatorio agroambientale - Via Masiera I, 1191 - 47020 Martorano di Cesena (Forlì Cesena) - Tel. 0547 380637. Responsabile: Tiziana Nasolini.

Progetto fattorie pedagogiche - Coldiretti Piemonte - Piazza San Carlo, 197 - 10123 Torino - Tel. 011 5622800 - Referente: Silvia Bosco.

Regione Abruzzo - Arsa - Agenzia regionale per i servizi di sviluppo agricolo - Via Nazionale, 38 - Contrada Buccieri - 65012 Villanova di Cepagatti (Pescara) - Tel. 085 97735415. Referente: Agostino Sacchetti - www.fattoriedidattiche.abruzzo.it

Regione Emilia-Romagna - Assessorato agricoltura - Viale Silvani, 6 - 40122 Bologna - Tel. 051 284434. Referente: Rossana Mari.

Regione Lombardia - Direzione Generale Agricoltura - Via Pola, 12 - 20124 Milano - Tel. 02 67658021. Responsabile: Maria Teresa Besana.

Regione Sicilia - Assessorato agricoltura e foreste - Dipartimento interventi strutturali - Servizio IX° - Via Regione Siciliana, 2771 - 90135 Palermo - Tel. 091 7076078. Responsabili: Marina Mangia, Celeste Di Girolamo.

Regione Toscana - Arsia (Agenzia regionale per lo sviluppo e l'innovazione nel settore agricolo e forestale) - Via Pietrapiana, 30 - 50121 Firenze. Tel. 055 2755246. Responsabile: Francesca Longhi.

Regione Veneto - Direzione politiche agroalimentari e per le imprese - Servizio Promozione e Comunicazione - Via Torino, 110 - 30172 Mestre (Venezia) - Tel. 041 2795565 - 041 2795637 (referenti: Stefano Sisto, Elena Schiavon).

Scuola in Fattoria - Confederazione italiana agricoltori (Cia) - Via Mariano Fortuny, 20 - 00196 Roma - Tel. 06 32687516. Responsabile: Carla Donnini.

NUOVA SEMINATRICE BASSI SM2000

La ditta Bassi, impegnata da oltre 70 anni nella costruzione di seminatrici meccaniche di precisione, ha ora messo a punto una nuova seminatrice elettronica: la SM2000, che arricchisce la sua gamma di prodotti e garantisce agli orticoltori una grande versatilità e facilità d'uso.

Mai più semi danneggiati!
La SM2000 è la prima seminatrice prodotta in Italia ad utilizzare un cono di spugna che regola la distribuzione di semi di diversi calibri, evitando loro ogni possibile danno e distribuendoli in modo uniforme.

Grande facilità d'uso!
Il movimento alla spugna è trasmesso da un motore elettrico a 12V; variando la velocità di tale motore, si può regolare la quantità di seme in uscita; è possibile seminare da 1 a 1000 kg/h.

Grande velocità d'uso!
In un solo minuto è possibile svuotare i cilindri che contengono i semi, riempirli con una diversa varietà e riprendere le operazioni di semina.

Estrema versalità!
La seminatrice è prodotta in diverse versioni: semovente e trainata. Ogni versione può essere fornita con dimensioni a richiesta per quanto riguarda la larghezza totale, la distanza di semina tra le fila e il numero delle file. Anche la profondità di semina è facilmente regolabile, garantendo sempre un'estrema precisione.

BASSI VASCO & BASSI GIANLUCA S.N.C.
Via Fabbri, 1357/D - S. Antonio di Medicina (BO)
Tel. 051.854998 - Fax 051.854042
Internet: www.bassiebassi.com - E-mail: bassiebassi@libero.it

Fattorie del gusto: i luoghi della memoria gastronomica contadina

Le fattorie del gusto sono aziende agrituristiche che si presentano come luoghi di riscoperta delle tradizioni enogastronomiche, della maestria e della memoria contadina, riproposte, giorno dopo giorno, dalla famiglia agricola attraverso l'organizzazione di laboratori sensoriali, degustazioni guidate, merende, corsi di cucina per apprendere i segreti delle ricette contadine.

I partecipanti a queste attività, accolti in un ambiente caldo e in una atmosfera familiare, hanno la possibilità di conoscere e di imparare attraverso l'esperienza diretta a riconoscere i sapori più autentici, ad apprendere i segreti dell'arte norcina (la preparazione dei salumi), della conservazione della frutta, della preparazione delle confetture, della produzione del pane, dell'utilizzo dei prodotti stagionali in cucina.

Gli incontri si tengono di solito nei primi giorni della settimana per non sovrapporsi ed intralciare l'attività di ristoro nel fine settimana, ma non mancano aziende che hanno preparato pacchetti tutto compreso per il fine settimana.

I corsi di cucina

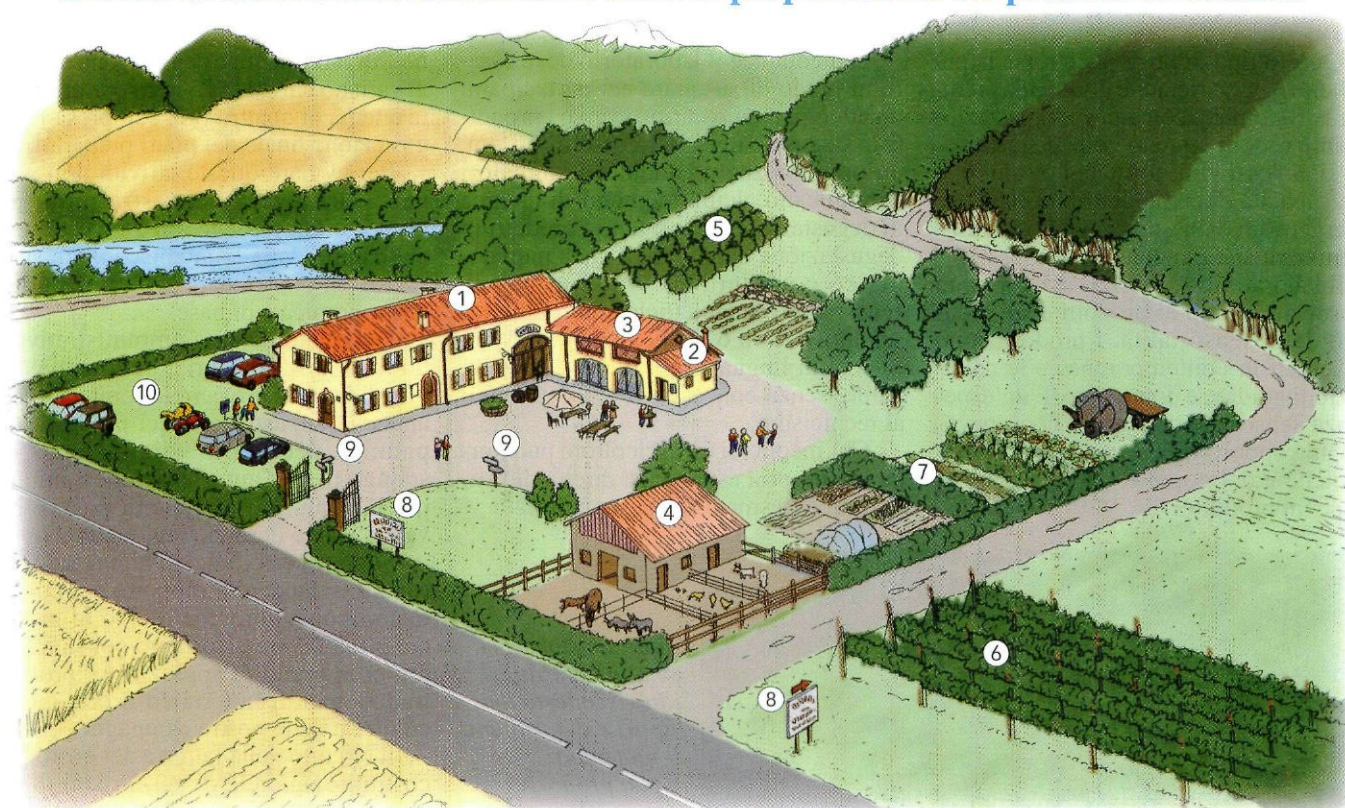
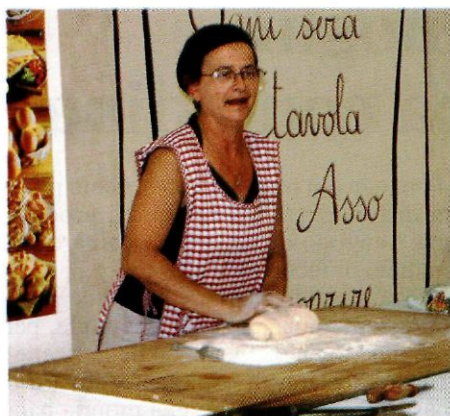
Sono lo strumento per trasmettere e valorizzare lo straordinario patrimonio gastronomico del mondo contadino

Il mondo agricolo conserva uno straordinario patrimonio gastronomico che costituisce un tesoro inestimabile. I corsi di cucina sono lo strumento per trasmettere questo patrimonio e per valorizzare questa importante risorsa.

Si tende ad utilizzare la cucina del ristoro agrituristico nei giorni in cui è chiusa la cucina del ristorante. I corsi si possono sviluppare in un'unica serata di 4 ore o in più incontri e presentano prezzi differenziati a seconda dei prodotti che vengono utilizzati in cucina e del numero di incontri.

Può essere utile dare ai partecipanti un piccolo omaggio (un grembiule, per esempio, o un depliant con delle ricette) per fidelizzare gli ospiti, incentivare il passaparola e costruire una propria banca dati, nel rispetto delle normative sulla privacy, per informare i propri ospiti sul calendario degli incontri in programma.

I corsi di cucina devono avere un numero minimo e un numero massimo di partecipanti, nel primo caso per rendere sostenibile l'incontro dal punto di vista economico, nel secondo caso per evitare di renderlo dispersivo. L'esperienza di questi anni ha evidenziato che l'utente-tipo prevalente dei corsi di cucina è una donna di mezza età, cittadina, che può disporre di tempo libero, non essendo

Progetto di azienda agrituristica nella quale si svolgono anche corsi di cucina, attività di laboratorio sensoriale e corsi di preparazione dei prodotti di fattoria

Legenda. 1-*Agriturismo con alloggi per gli ospiti.* **2-***Cucina.* **3-***Ristorante utilizzato anche per i corsi di cucina, le attività di laboratorio sensoriale, i corsi di preparazione dei prodotti di fattoria.* **4-***Stalla.* **5-***Frutteto.* **6-***Vigneto.* **7-***Orto.* **8-***Segnaletica ben visibile in prossimità dell'accesso all'azienda.* **9-***Segnaletica interna che indirizza gli ospiti verso il locale di accoglienza.* **10-***Parcheggio*

L'«insegnante» di un corso di cucina durante una lezione sulla preparazione della pasta fresca e....

...le sue «allieve», intente a seguirne scrupolosamente i consigli, cercando di carpire i segreti della buona cucina contadina

più impegnata nella cura dei figli o nella carriera: una donna che vuole superare la cucina del fast food, del precotto e del surgelato e riscoprire ricette antiche.

Ne consegue che anche il nostro piano di comunicazione deve tener conto di tale caratteristica ed interessare soprattutto i periodici femminili e di cucina.

I laboratori sensoriali

Attraverso degustazioni guidate di vini, formaggi, salumi, ecc. si riscoprono i sapori, i profumi e gli aspetti della cultura contadina dai quali nascono le migliori produzioni delle nostre campagne

Questo tipo di proposta è forse la più difficile perché richiede una solida cultura gastronomica, con una specializzazione sui prodotti oggetto della degustazione, siano essi vini, formaggi o salumi, e una capacità di comunicazione che deve emergere sin dalla scelta dei titoli, accattivanti e misuratamente spettacolari.

Il laboratorio sensoriale si basa su un approccio diretto ai prodotti e sul recupero della sensorialità. I prodotti sono presentati in contemporanea e le degustazioni guidate e comparate. È un'esperienza sensoriale concreta e consapevole e una opportunità di conoscenza delle tecniche e del contesto culturale in cui nasce un prodotto.

È quindi un momento di apprendimento di nozioni, informazioni ed esperienze che nella quotidianità sarebbe difficile condividere, ma deve altresì essere un incontro piacevole, con prodotti di elevato livello qualitativo. Il portare alla bocca o al naso un alimento deve essere di per sé un piacere e non un tecnicismo.

I partecipanti devono trovare una situazione (contesto, sala, servizio, presentazione) che renda piacevole la partecipazione.

Il servizio, seppur informale, deve essere attento e professionale, la qualità dei prodotti in degustazione eccellente, le comunicazioni scientificamente corrette, comprensibili, esaurienti e coinvolgenti.

Chi conduce il laboratorio deve essere in grado di suscitare nei partecipanti un atteggiamento curioso verso i prodotti in degustazione. Nel corso di un'ora, un'ora e mezza, i conduttori-animatori comunicano alcuni elementi di tecnica di degustazione, presentano i prodotti in degustazione dal punto di vista merceologico e produttivo, sottolineando le sensazioni organolettiche che i cibi suscitano, da soli o in abbinamento. Il tutto con un linguaggio fluido e comprensibile, senza concessioni alla retorica o al tecnicismo.

Chi meglio di un agricoltore può portare la propria esperienza diretta di produttore e trasmettere questa cultura?

Molti consumatori sono interessati alla riscoperta dei sapori e dei profumi di un tempo: si può proporre loro di imparare a preparare una confettura, un succo di frutta, un salume, ecc.

I corsi di preparazione di prodotti di fattoria

La preparazione di un salume, di una confettura o di un succo possono costituire un motivo d'interesse e di curiosità per molti consumatori

La maestria contadina, il «saper fare» della tradizione costituiscono una risorsa importante ed una opportunità economica per l'azienda. Un motivo per avviare un'attività da proporre agli ospiti.

Tutte queste attività devono essere a pagamento per garantire la motivazione dei partecipanti e per valorizzare la professionalità degli agricoltori impegnati nell'organizzazione degli incontri. I prezzi variano dai 20 ai 25 euro per una serata a tema di quattro ore, compresa la degustazione finale dei piatti preparati.

Per avviare queste attività non sono necessari investimenti strutturali aggiuntivi, ma più che altro investimenti nel campo della comunicazione e su se stessi, per consolidare la propria cultura gastronomica e di base.

Dal punto di vista amministrativo si tratta di attività che rientrano nelle attività didattiche. Se però la serata prevede anche la degustazione dei prodotti preparati, è necessario che l'azienda disponga di una autorizzazione sanitaria per la somministrazione di pasti e bevande (salvo deroghe regionali).

Sono, queste, iniziative che concorrono a sviluppare il rapporto dei consumatori con coloro che il cibo lo producono e tendono a formare consumatori critici in grado di apprezzare i prodotti tradizionali di fattoria ed il patrimonio culturale delle nostre campagne.

Il circuito delle fattorie del gusto può costituire una rete di agriturismi di eccellenza, in grado di far crescere il settore nel suo complesso, a condizione che si presti molta attenzione alla qualità e alla autenticità delle proprie proposte, in quanto ci si rivolge ad un mercato molto esigente e difficile. ❑

Fattorie aperte: i produttori agricoli incontrano i consumatori

La fattoria aperta è una delle espressioni più interessanti della multifunzionalità in agricoltura. Si tratta di aziende agricole, opportunamente strutturate, in cui l'agricoltore conduce gli ospiti alla scoperta della sua azienda, dell'ambiente economico, umano e naturale in cui opera quotidianamente.

L'azienda agricola si presenta così nella sua piena espressione: luogo di produzione, custode del territorio ma anche teatro di conoscenze e di esperienze, che costituiscono valori da scoprire e da comunicare. Ed opportunità economiche da cogliere.

La visita ad una fattoria aperta è un'occasione per trascorrere una giornata, o anche solo poche ore, in modo diverso, in mezzo al verde, alla scoperta della campagna. I tempi delle visite potranno essere limitati ai fine-settimana delle stagioni prescelte, a determiante tariffe, come riportato a fine articolo.

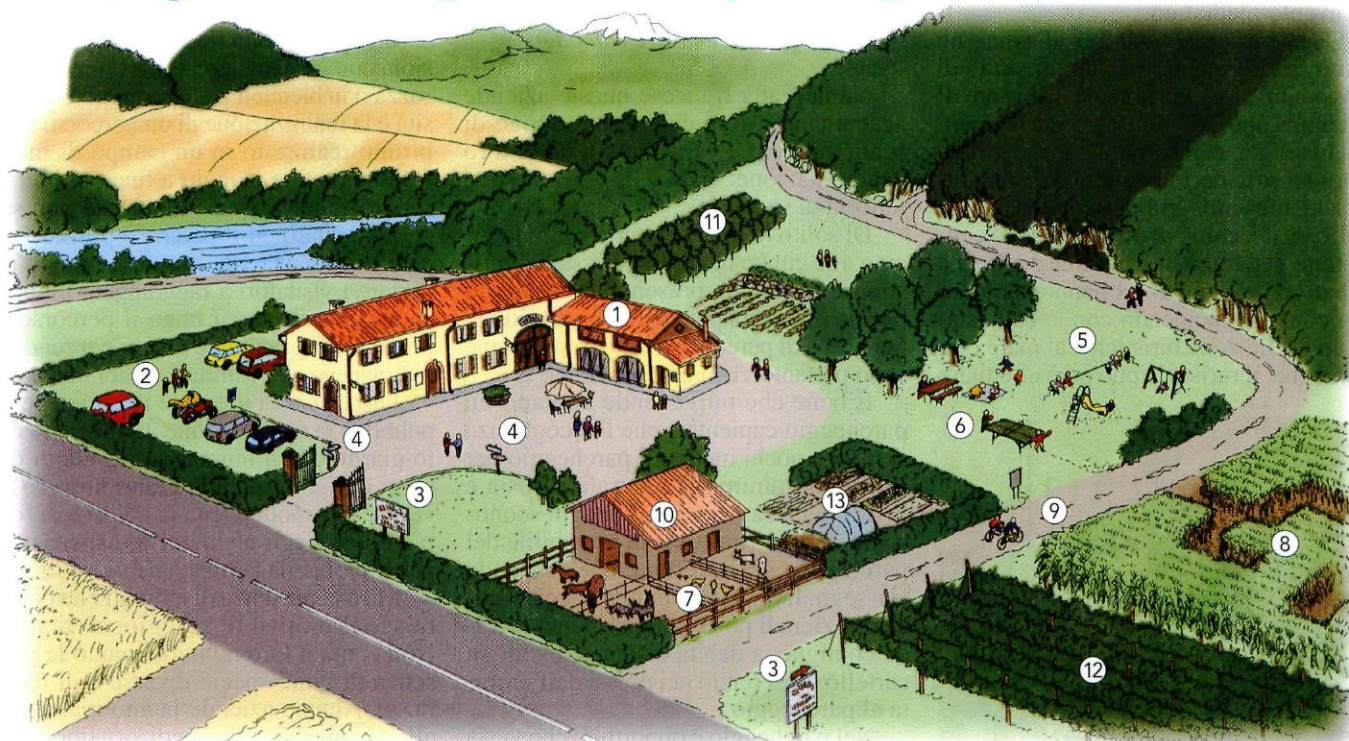
Un'occasione per far conoscere i frutti del proprio lavoro

Nel corso delle visite aziendali gli agricoltori illustrano agli ospiti le tecniche di coltivazione, di allevamento e di trasformazione, in un percorso alla scoperta di sapori autentici e dei paesaggi rurali

Prima in Francia e poi, a partire dal 1996, in Italia, sono stati promossi eventi di turismo rurale denominati, a seconda dei promotori, «*Per corti e cascine*», «*Fattorie aperte*», «*Biodomeniche*», «*Giornate in campagna*», «*Caseifici aperti*», «*Cantine aperte*», «*Frantoi aperti*», che hanno teso a far entrare in contatto i produttori con i consumatori ed a presentare i luoghi e le modalità di produzione. Le varie iniziative si sono concentrate in alcune giornate dell'anno, spesso primaverili, per esigenze mediatiche e logistiche.

La formula della manifestazione, mutuata dalle esperienze francesi, prevede che gli agricoltori ospitino personalmente i visitatori e li accompagnino nella visita aziendale, illustrando loro le tecniche di coltivazione, di allevamento e di trasformazione. La visita ad ogni azienda è di solito accompagnata da una degustazione dei prodotti aziendali ed i visitatori possono così scoprire personalmente e «sul campo» come nascono salumi, carni, formaggi, vini, miele e così via attraverso un percorso concordato e preordinato.

Queste giornate rappresentano, inoltre, un'occasione straordinaria per rendere partecipi della vita di campagna ospiti che vivono in un ambiente sociale, economico ed ambientale completamente diverso da quello rurale, e registrano, ogni anno, un notevole successo.

Progetto di azienda agricola attrezzata per l'accoglienza dei consumatori

Legenda. 1-*Locale di accoglienza.* **2-***Parcheggio.* **3-***Cartello ben visibile in prossimità dell'accesso all'azienda che indica l'offerta aziendale e le principali attività che vi si svolgono.* **4-***Segnaletica interna che indirizza gli ospiti verso il locale di accoglienza.* **5-***Area giochi per bambini.* **6-***Area relax con tavolo da ping pong, biliardino, tavolini, ecc.* **7-***Recinti con animali (cavalli, asini, capre, palmipedi ornamentali, ecc.), dotati di recinzione di sicurezza, di un filare di piante per il necessario ombreggiamento e di cartelli per l'identificazione degli animali.* **8-***Labirinto: appezzamento coltivato a mais con un sentiero a labirinto da percorrere a piedi.* **9-***Percorso per escursioni a piedi, in bicicletta, in carrozza o con asini e pony.* **10-***Stalla.* **11-***Frutteto.* **12-***Vigneto.* **13-***Orto*

Nelle fattorie aperte gli agricoltori accolgono gli ospiti e li accompagnano nella visita aziendale, illustrando loro le tecniche di coltivazione, di allevamento e di trasformazione dei prodotti. I visitatori possono così scoprire come nascono salumi, carni, formaggi, vini, miele, ecc.

Queste giornate sono anche un'occasione per trascorrere una giornata in mezzo al verde, passeggiare nei campi, visitare gli animali, raccogliere frutti e fiori di stagione.

Alcune di queste aziende, agrituristiche e/o agricole, si sono poi progressivamente strutturate come fattorie aperte, in grado di ospitare visitatori per la gran parte dell'anno. Si tratta di aziende rappresentative del territorio e/o che presentano colture o allevamenti di particolare interesse, in grado di richiamare visitatori anche oltre le giornate deputate all'evento mediatico.

Queste aziende aspirano ad essere un punto di riferimento per un turismo «di prossimità», lontano non più di due ore. Il visitatore-tipo è costituito prevalentemente da famiglie con bambini, ma non mancano consumatori «evoluti», persone diversamente abili, gruppi scolastici.

Le visite, come detto sopra, sono concentrate generalmente nei fine settimana (sabato o domenica) ed hanno carattere stagionale, coincidendo con la bella stagione. Nelle zone turistiche, al mare o in montagna, il turista le può però effettuare nelle giornate di tempo incerto; oppure, dopo qualche giorno di permanenza nel luogo di villeggiatura, può essere invogliato a sperimentare la visita ad una fattoria aperta come proposta integrativa.

Per richiamare l'attenzione e la curiosità dei visitatori è indispensabile programmare delle attività ricreative. Per i più piccoli una breve cavalcata su un pony può essere un'esperienza entusiasmante

La localizzazione e la disposizione degli spazi

Servono una superficie adeguata per il parcheggio delle auto, alcuni recinti per gli animali, spazi per le attività ricreative. E buone idee per proporre nel modo migliore le possibilità di attrazione che offrono le nostre campagne

Nella realtà francese queste aziende accentuano il loro carattere di luogo di scoperta e ciò è evidente sin dalla loro denominazione: «*ferme de decouverte*», fattoria di scoperta.

Di solito le fattorie aperte sorgono vicino alle città o nei pressi di località turistiche, realtà che presentano un ampio bacino di utenza potenziale. Sono situate nei pressi di percorsi stradali importanti e sono pertanto visibili dalla strada.

È bene che tali aziende abbiano un parcheggio capiente e che l'accoglienza si trovi a pochi metri dal parcheggio per ridurre al minimo la naturale ritrosia e la diffidenza ad entrare in luoghi sconosciuti. È opportuno che la possibilità del parcheggio sia indicata e che l'azienda sia segnalata adeguatamente con frecce direzionali poste sulle principali strade contigue, a debita distanza, e con un cartello d'esercizio nei pressi dell'entrata al parcheggio.

Nel parcheggio è opportuno che vi sia sempre qualche macchina, anche appartenente a qualcuno della famiglia coltivatrice o a collaboratori. Il vuoto, in una struttura ricettiva di qualunque tipo, di solito viene associato alla desolazione e, quindi, alla non qualità. Più macchine in sosta ci sono, più se ne fermano.

In prossimità dell'entrata principale, visibile dal parcheggio, è indispensabile che vi sia un cartello che spieghi, in due parole, l'offerta aziendale e le principali attività (per esempio «nutrire e accarezzare gli animali» sono due possibili offerte che suscitano immediatamente interesse).

Vicino alla strada e al parcheggio si possono costruire box e recinti per animali, per catturare l'attenzione di chi passa in macchina, ovviamente nel pieno rispetto del benessere animale; la presenza di ombra nei momenti di maggior calore e la disponibilità di acqua sono, per esempio, due semplici preoccupazioni da non tralasciare mai.

Il momento dell'accoglienza è particolarmente delicato perché bisogna presentare in modo accattivante ed in poco tempo l'offerta aziendale, per cui non deve mai essere anonima e distaccata.

Le varie attività devono avere nello spazio dell'accoglienza il loro baricentro e potersi svolgere in uno spazio visibile anche dal parcheggio, per dare un quadro complessivo di movimento.

Il successo di una fattoria aperta non è connesso solo alla visita, seppur interessante. Sono le attività che richiamano l'attenzione e la curiosità dei visitatori per cui è indispensabile programmare attività interattive, giochi della tradizione contadina e attività ricreative.

Fra queste sono ricorrenti brevi escursioni con gli asini, con i pony, giri in carrozza o in bicicletta. Di particolare curiosità è la realizzazione di un percorso a labirinto realizzato in un campo di mais, fruibile da fine maggio a fine ottobre: la superficie interessata al labirinto non supera un ettaro ed il percorso prevede alcuni tratti senza via d'uscita in modo da portare i visitatori a raggiungere un'unica uscita esistente. Lungo il percorso si possono programmare giochi per rendere più piacevole la camminata nel mais.

Può essere di notevole interesse per il pubblico la realizzazione di un ampio orto-giardino con numerose varietà di ortaggi e di altre piante. L'alto numero di varietà e la molteplicità di colori e di forme è uno degli elementi indispensabili per stimolare la curiosità degli ospiti.

Ma è la presenza di animali che costituisce il motivo di maggior richiamo. Non conta il loro numero quanto la presenza di tante specie diverse e di tante razze. Alcune aziende hanno realizzato allevamenti di palmipedi ornamentali, altre di asini di diverse razze.

Anche in questo caso è la molteplicità che costituisce un forte motivo di richiamo. Davanti ad ogni recinto ogni animale deve essere identificato da una targhetta che ne riporta il nome, la data di nascita, i nomi dei genitori e la razza a cui appartiene.

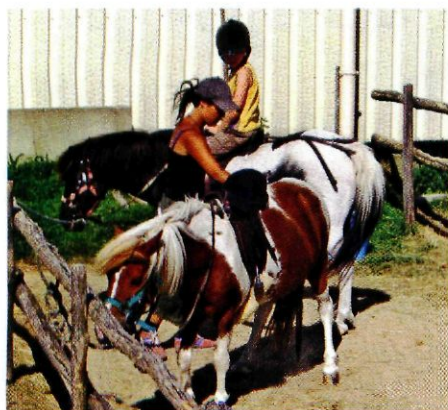



Foto: Fondazione Minoprio

1-*Può essere utile attrezzare un'area per il gioco per bambini.* **2**-*Le escursioni in carrozza entusiasmano grandi e piccini.* **3**-*Di particolare curiosità è la realizzazione di un percorso a labirinto realizzato in un campo di mais*

I piccoli degli animali costituiscono la maggiore attrazione, soprattutto se è possibile accarezzarli e dar loro del cibo. Al momento dell'accoglienza ad ogni ospite si consegna una borsa nella quale egli metterà il fieno per i cavalli e gli asini e l'orzo o il mais per gli altri animali. Se vi sono problemi di alimentazione di qualche animale è necessario evidenziarlo davanti al recinto, o ancor meglio togliere l'animale dal recinto.

Promozione, tariffe e inquadramento fiscale

Il «motore» principale di questo tipo di attività è il passaparola. I risultati sono tanto più positivi quanto maggiore è la capacità di comunicazione di chi accoglie e intrattiene gli ospiti

Per la particolare natura della sua utenza la fattoria aperta è un aspetto della multifunzionalità in cui il passaparola e la pubblicità locale costituiscono ancora gli strumenti più efficaci. Molte di queste aziende investono dal 5 al 10% del loro fatturato in pubblicità locale. Il materiale promozionale dell'azienda può essere promosso attraverso l'ufficio del turismo della Provincia o di altri enti locali presenti sul territorio e l'eventuale rete costituita insieme ad altre strutture locali di turismo rurale.

I servizi sui giornali locali, i pannelli pubblicitari e le iniziative di invio del proprio materiale informativo ad un indirizzario precostituito sono utili, mentre questo è uno dei pochi casi in cui la presenza in Internet serve a ben poco.

La capacità di comunicazione è uno dei principali fattori per il successo dell'iniziativa e ciò è spesso difficile per chi è abituato all'isolamento, proprio del lavoro agricolo. Per verificare il gradimento delle proposte è utile predisporre nei pressi dell'uscita un quaderno su cui gli ospiti possano trascrivere le loro impressioni.

Il mercato principale è costituito da famiglie con bambini per cui i prezzi devono tener conto di questa peculiarità. L'entrata dei bambini sino a 3-6 anni è gratuita, mentre il prezzo degli adulti varia da 3 a 6 euro. I bambini sino a 14 anni possono pagare da 2,70 a 5 euro.

I prezzi non sono elevati ma è tuttavia opportuno sviluppare anche altri servizi da proporre agli ospiti. Tra questi il giro di 15 minuti in pony, a cavallo, a dorso di asino o in carrozza, oppure l'organizzazione di un mercato contadino in fattoria per proporre agli ospiti i propri prodotti, o l'offerta di merende. In quest'ultimo caso è opportuno predisporre un'area attrezzata all'aperto da utilizzare anche per pic nic o una sala al coperto.

L'organizzazione di merende presuppone l'adeguamento di una cucina e la richiesta di un'autorizzazione sanitaria.

Sono altresì utili i gadget (oggetti ricordo) realizzati in linea con l'indirizzo aziendale. Così, per esempio, l'azienda che alleva asini può proporre asini in peluche o prodotti a base di latte d'asina, come le saponette, con l'obbligo, tuttavia, di attivare, se i prodotti non sono configurabili come prodotti agricoli, anche una posizione contabile di natura commerciale.

Per cercare di dare una certa continuità alle visite può essere utile creare una carta di fedeltà da consegnare agli ospiti al momento della prima visita con sconti che aumentano in base al numero delle visite. Per esempio si può offrire uno sconto del 20% alla seconda visita, del 30% alla terza visita, un'entrata gratuita per la famiglia alla quarta visita.

L'attivazione di ogni servizio e la determinazione del prezzo da applicare presuppongono, ovviamente, un'analisi dei relativi costi e benefici.

Queste attività possono essere inquadrate come attività agrituristiche, didattiche o ricreative e ad esse va quindi applicata una aliquota Iva del 20%. In alcune Regioni le attività ricreative sono riservate agli ospiti dell'azienda agrituristica per cui, in questi casi, in attesa che cambi la legge regionale, è opportuno inquadrare fiscalmente l'attività di fattoria aperta come attività didattica.

Gli investimenti necessari

I costi più elevati sono quelli riguardanti il mantenimento degli animali, il lavoro del personale e gli eventuali investimenti in pubblicità

Per realizzare un progetto di fattoria aperta si possono riutilizzare capannoni dismessi ed adibirli a ricovero animali e/o costruire appositi recinti per gli animali, prevedendo in questo caso zone d'ombra. I principali costi di gestione di una fattoria aperta sono costituiti dal mantenimento degli animali, dal costo del personale e dagli investimenti in pubblicità.

Il numero delle presenze dopo 8-9 anni può arrivare sino a 15.000 persone in un anno ma già dai primi anni si possono registrare 2.000-3.000 ospiti. Molto dipende dalla localizzazione dell'azienda e dai servizi erogati.

La messa in sicurezza dell'area può costituire un costo non marginale, in quanto la struttura deve essere adeguata alle norme di prevenzione degli incidenti ed è sempre necessario stipulare una polizza assicurativa di responsabilità civile.

Il contatto con gli animali rappresenta certamente il momento di maggior pericolo per cui è necessario selezionare animali docili e verificare di continuo il loro comportamento.

La presenza di un alto numero di persone comporta la necessità e l'obbligo di predisporre almeno due servizi igienici, di cui uno per disabili.

Il successo di queste attività porta con sé il pericolo di trasformare progressivamente l'azienda in un parco divertimenti o in un parco natura. Per evitare questo pericolo che snaturerebbe l'immagine della proposta, con gravi rischi di insuccesso, è importante mantenere la stagionalità nel calendario delle aperture e predisporre, all'interno dell'area, pannelli informativi o video che informino gli ospiti sulle caratteristiche delle principali coltivazioni, sui diversi sistemi di produzione e sugli allevamenti presenti in azienda. ❑

Escursionismo: gli agricoltori diventano le guide del territorio in cui operano

Gli agricoltori sono da sempre i protagonisti della costruzione del paesaggio agrario per cui è naturale che si propongano anche come guide per la scoperta del territorio circostante che può essere conosciuto in bicicletta, in immersione subacquea, a cavallo, in barca e a piedi. Questi sono aspetti importanti dell'ecoturismo, ovvero «di una forma di turismo responsabile in aree naturali che protegge l'ambiente e sostiene il benessere delle comunità locali» (International ecotourism society 1991).

Le escursioni a piedi

Una buona guida deve possedere una perfetta conoscenza del territorio e sapersi muovere in sicurezza sul terreno. Per questo può essere utile ottenere la qualifica professionale di guida escursionistica ambientale

Per l'organizzazione di escursioni a piedi è importante avere una conoscenza accurata del territorio, della sua storia, delle tradizioni culturali, della flora e della fauna, delle principali produzioni, conoscere le principali modalità di orientamento e almeno una lingua straniera.

Una guida deve avere la capacità di muoversi in sicurezza sul terreno e portare con sé il materiale necessario a prestare il primo soccorso. Deve essere in grado di valutare le condizioni ambientali, le capacità umane, i mezzi e le attrezzature di coloro che accompagna.

Le informazioni sui percorsi devono essere chiare e riportare la distanza, il tempo di percorrenza, il dislivello in salita e in discesa ed una descrizione degli aspetti naturalistici più importanti.

Per garantire tale conoscenza può essere utile la qualifica professionale di guida escursionistica ambientale. Il quadro normativo per quanto concerne questa qualifica è piuttosto complesso e risente delle pressioni di altre categorie quali quella delle guide alpine e delle guide turistiche.

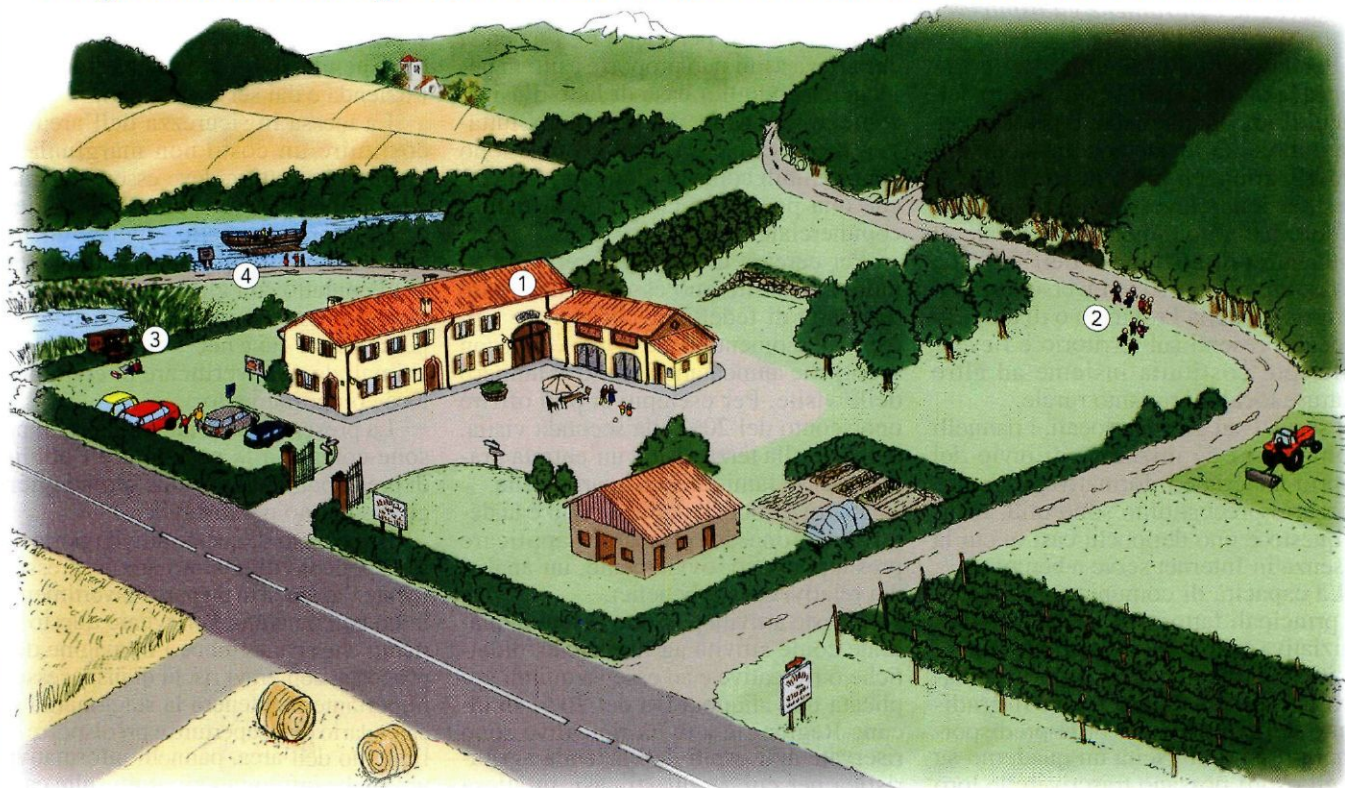
La legge quadro nazionale sul turismo non prevede questa figura professionale e solo alcune Regioni hanno disciplinato questa professione con leggi regionali che spesso differiscono fra di loro per quanto riguarda i profili professionali.

A questo si aggiunge la legge quadro nazionale sulle aree protette (la Legge 5 dicembre 1991, n. 394, pubblicata sulla *Gazzetta Ufficiale* n. 292 del 13-12-91), che all'articolo 14, comma 5, stabilisce che i parchi possono rilasciare il titolo ufficiale ed esclusivo di guida del parco.

La figura professionale di guida escursionistica ambientale è stata riconosciuta, sino ad ora, dalle Regioni Basilicata, Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Liguria, Marche, Piemonte, Toscana, Umbria, Valle d'Aosta, Veneto.

L'abilitazione regionale di solito comporta l'impegno a seguire un corso di formazione piuttosto pesante (circa 600 ore).

Per maggiori informazioni sugli sviluppi normativi potete consultare il sito internet dell'Associazione italiana guide ambientali escursionistiche: www.gae.it

Progetto di azienda agrituristica che fornisce servizi di escursionismo ambientale

Legenda. 1-*Agriturismo con alloggi e ristorante.* **2-***Servizio di guida escursionistica ambientale per un gruppo di escursionisti a piedi.* **3-***Posto di osservazione all'interno di un canneto.* **4-***Servizio di escursioni in barca lungo il corso d'acqua*

Le tariffe che si possono applicare prevedono un importo medio di 90 euro lorde per mezza giornata e di 130 euro lorde per una giornata intera.

Dal punto di vista fiscale vi è un precedente molto interessante che è costituito dalla risoluzione 5 aprile 1973, del Ministero delle finanze, nella quale si precisa che «l'esenzione prevista dall'articolo 10, comma 16, del Dpr. 26 ottobre 1972, n. 633, si applica non solo ai rapporti direttamente ricorrenti tra i visitatori ed i musei, gallerie, palazzi, monumenti, giardini zoologici e simili, ma anche ad ogni prestazione inerente la visita a tali luoghi. Ne consegue che i servizi resi dalle guide turistiche che si estrinsecano nell'accompagnare i turisti nelle visite ai predetti luoghi devono essere considerati esenti da imposta sul valore aggiunto (Iva)»

È sempre opportuno attivare una polizza assicurativa di responsabilità civile a tutela degli ospiti.

I principali mercati di riferimento di una guida ambientale sono i turisti e le scuole. Per questo è indispensabile un rapporto diretto con gli uffici turistici locali e con le altre strutture ricettive presenti sul territorio che possono informare o anche offrire ai propri ospiti escursioni alla scoperta delle principali risorse naturalistiche.

Un'altra nicchia di mercato in pieno sviluppo sono i gruppi di trekking naturalistico che di solito sorgono nelle città e che amano organizzare escursioni di fine settimana.

Un altro segmento sono le escursioni tematiche. Per esempio nelle foreste casentinesi, tra settembre ed ottobre, per sentire i bramiti dei cervi in amore o le escursioni alla ricerca delle piante aromatiche spontanee, o per conoscere gli impianti idrovori e di bonifica nella provincia di Mantova.

Un gruppo di escursionisti assistiti da una guida ambientale. Questo servizio può essere fornito anche dagli agricoltori purché abbiano una perfetta conoscenza del territorio

Le escursioni in barca e la pescaturismo

Le escursioni fluviali o lacustri sono un'attrattiva interessante, ma occorre avere un'imbarcazione omologata. I pescatori professionisti possono mettere a disposizione degli appassionati di pesca le strutture e i mezzi impiegati per il loro lavoro

Un'altra modalità per effettuare escursioni può essere quella di utilizzare una barca. Si possono organizzare brevi escursioni fluviali o lacustri di un'ora o due in aree che sorgono a ridosso di fondi aziendali. La barca in questo caso è lo strumento per illustrare il paesaggio rurale, la flora e gli uccelli presenti. È quindi importante che il punto di attracco dell'imbarcazione utilizzata per le escursioni si trovi nelle vicinanze dei terreni in conduzione.

La barca deve essere omologata per il trasporto di persone presso gli uffici della Motorizzazione civile, se si tratta di ambiti fluviali o lacustri, o la Capitaneria di porto competente per territorio, se si tratta di spazi marini. Le norme di sicurezza prevedono che il natante abbia a bordo attrezzature di salvataggio individuali e collettive. Si tratta di un'imbarcazione adibita al servizio pubblico non di linea per trasporto persone (categoria B2, quadro I delle direttive per le visite e le prove delle navi di navigazione, supplemento straordinario Bollettino ufficiale della Direzione generale della Motorizzazione civile e trasporti n. 10/ottobre 1978).

1-*Le aziende situate in prossimità di corsi d'acqua o di laghi possono organizzare un servizio escursionistico su imbarcazioni appositamente omologate.* **2**-*I pescatori professionisti possono organizzare battute di pesca sui natanti da loro normalmente utilizzati ed anche offrire ospitalità agli appassionati*

L'investimento iniziale, ad esempio, per una barca da 32 posti è di 50.000 euro. Il periodo di attività è ovviamente correlato con la bella stagione ed è fortemente intrecciato con i flussi turistici di gruppi organizzati, dai circoli anziani ai gruppi dopolavoristici. Le tariffe per escursioni di 2 ore sono sugli 8,5 euro.

Il personale impiegato per svolgere questo servizio deve essere in possesso della patente nautica, necessaria per condurre le imbarcazioni utilizzate.

Per quanto riguarda la pescaturismo, ricordiamo che con l'approvazione del Decreto legislativo 18 maggio 2001, n. 226 (pubblicato sulla *Gazzetta Ufficiale* n. 137 del 15-6-2001), l'imprenditore ittico è stato equiparato all'imprenditore agricolo.

Le attività di ospitalità, di ristorazione, di servizi ricreativi e culturali finalizzati alla corretta fruizione degli ecosistemi acquatici e delle risorse della pesca, esercitate da pescatori professionisti attraverso l'uso della propria abitazione o di altra struttura nella disponibilità dell'imprenditore, sono considerate attività connesse a quelle di pesca purché non siano prevalenti rispetto a queste ultime. I natanti utilizzati devono essere quelli normalmente utilizzati nella pesca.

Alcune Regioni, come la Sicilia ed il Veneto, hanno predisposto normative specifiche per il pescaturismo. Altre come la Lombardia hanno inserito l'ittiturismo (pescaturismo) nella normativa agrituristica.

In questo tipo di proposta si coniugano turismo responsabile, salvaguardia della cultura della pesca in aree marine, lacustri o fluviali, educazione ambientale e valorizzazione del territorio. L'escursione spesso prevede la partecipazione attiva alle attività di pesca e la possibilità di mangiare a bordo il pesce pescato.

I costi per una escursione di una giornata si aggirano tra i 40 e gli 80 euro a testa e sui 40-50 euro è il costo per il pernottamento nelle case dei pescatori. ❑

Cicloturismo: una nuova opportunità per le aziende di avvicinare i cittadini

Il cicloturismo è in crescita ovunque e le aziende agrituristiche cercano di intercettare anche questo nuovo ed interessante segmento di mercato che registra in tutta Europa un numero crescente di praticanti.

Per il nostro Paese l'utente più interessante è quello di lingua tedesca e comprende tre paesi: la Germania, soprattutto, in cui vi sono 9 milioni di cicloturisti, l'Austria e la Svizzera. Il cicloturismo negli ultimi anni ha fatto registrare in Germania incrementi di oltre il 15% all'anno, battendo sport come il golf o l'equitazione. Ne consegue che le aziende interessate a questo grosso segmento di mercato è opportuno che imparino il tedesco.

Il fenomeno si sta sempre più sviluppando anche in Italia: per piacere, per scelta o per comodità sono in continuo aumento anche gli italiani che praticano l'utilizzo delle due ruote ed aumenta così il numero delle biciclette vendute. Il numero delle biciclette in circolazione in Italia sembra attestarsi sui 32 milioni ed aumentano le riviste di cicloturismo.

Negli ultimi 15 anni, sia pur in modo frammentario e ben al di sotto delle reali necessità, sono stati effettuati interventi a favore della mobilità ciclistica mediante la costruzione di piste e percorsi ciclabili e di altre dotazioni infrastrutturali (come sottopassi e passerelle) per la circolazione delle biciclette, anche grazie alla produzione di leggi specifiche.

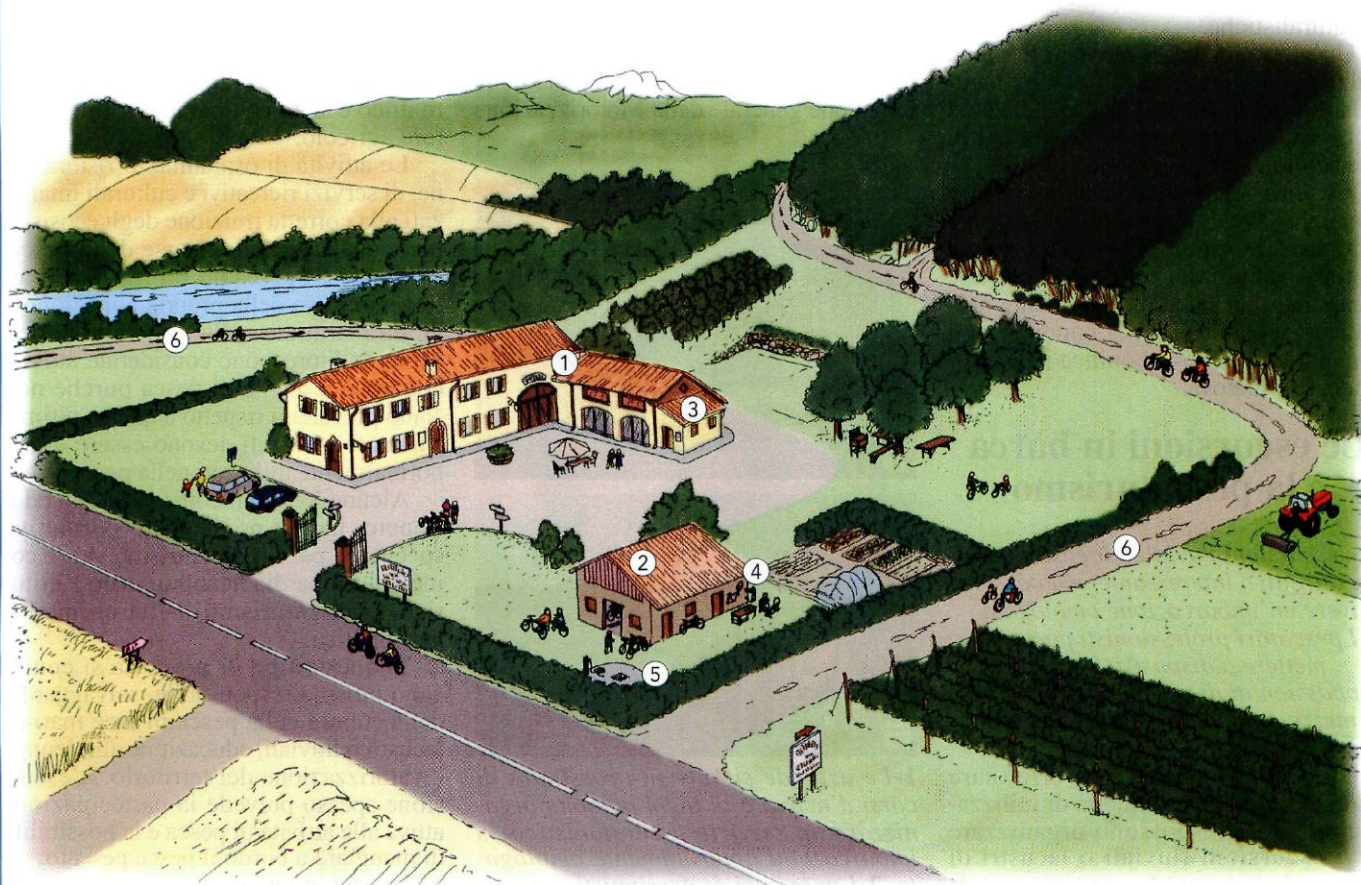
A partire dal 1998, sono state approvate leggi in materia di ciclabilità in nove Regioni italiane (Piemonte, Lombardia, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Emilia-Romagna, Marche, Lazio, Umbria, Abruzzo), nella Provincia autonoma di Trento ed anche a livello nazionale.

E sono sempre di più gli enti locali impegnati nella realizzazione di percorsi turistico-ricreativi che possono avere un potenziale di marketing interessante.

La presenza di fattori ambientali favorevoli come la presenza di un parco o di un fiume, la riscoperta di un itinerario storico (una via del sale, una via dei contrabbandieri, un'antica strada militare) o la presenza di un'opportunità viaria da recuperare, quale un argine pedalabile o una strada declassata, hanno offerto nuove opportunità di sviluppo.

In questo contesto si colloca la progressiva attenzione dell'agriturismo italiano, impegnato in una difficile diversificazione delle sue proposte, per questo segmento di mercato.

I primi a partire sono stati gli agriturismi austriaci e francesi da cui possiamo ovviamente prendere spunto. In Austria sono sorte delle vere e proprie fat-

Progetto di azienda agrituristica orientata alla fornitura di servizi per il cicloturismo

Legenda. 1-*Agriturismo con servizi di alloggio e ristorazione.* **2**-*Deposito biciclette.* **3**-*Spogliatoio dotato di lavatrice e docce.* **4**-*Piccola officina di manutenzione ordinaria.* **5**-*Area per il lavaggio delle biciclette.* **6**-*Pista ciclabile*

torie per ciclisti che si sono dotate di una carta degli impegni che riportiamo per esteso (vedi riquadro a pag. 51). Questo ha contribuito a differenziare l'offerta e ad adeguare il settore delle vacanze in fattoria alle esigenze del mercato.

I criteri esposti sono, a grandi linee, gli stessi criteri che si possono riscontrare nel materiale promozionale prodotto dagli hotel italiani specializzati nell'ospitalità di cicloturisti (si consultino a questo proposito i siti www.bikehotel.it e www.italybikehotels.it).

La campagna italiana, anche se non è ancora particolarmente attrezzata dal punto di vista cicloturistico, ha grandi potenzialità sia per quanto riguarda il clima sia per la diffusione di stradine secondarie e poco trafficate, di argini e di massicciate dismesse e per il grande patrimonio di risorse gastronomiche, turistiche ed ambientali.

Sotto questi aspetti il nostro Paese non ha nulla da invidiare alla Spagna e alle altre mete classiche del cicloturismo europeo, grazie alla sua vasta offerta di percorsi particolarmente invitanti: circuiti enogastronomici tra fattorie e agriturismi, itinerari storici e ambientali, parchi e riserve naturali. Tutti elementi che i turisti stranieri apprezzano molto, in particolare i tedeschi che per l'Italia rappresentano, come si diceva, il primo e più consistente mercato di riferimento.

Un gruppo di cicloturisti durante un'escursione. La passione per la bicicletta è in rapida crescita in tutti i Paesi europei e anche in Italia sta aumentando il numero degli appassionati delle due ruote

Agri bike: un nuovo punto di riferimento per i cicloturisti

L'azienda agrituristica può semplicemente mettere a disposizione degli ospiti le biciclette con cui effettuare le escursioni oppure può adeguare la propria capacità ricettiva offrendo accoglienza ai cicloturisti

Quello del cicloturismo è un mercato che si sviluppa nei periodi di bassa stagione per altri mercati, da marzo a giugno e da settembre a ottobre, per ovvi motivi climatici.

Il turismo a due ruote comprende in verità due categorie: coloro che lo praticano principalmente con una «normale» bicicletta e coloro che utilizzano una mountain bike perché amano avventurarsi su strade sterrate e su percorsi lontani dai centri abitati. In base alle diverse motivazioni si sceglie la bici più adatta.

Le biciclette in questi anni sono diventate sempre più confortevoli, leggere e sicure, con cambi in grado di rendere la pedalata morbida e fluida. Il prezzo di una buona city bike o di una mountain bike si aggira sui 250 euro, ma vi sono biciclette molto più costose.

Per entrare in questo mercato un'azienda agrituristica può quindi scegliere se limitarsi a mettere semplicemente a disposizione dei propri ospiti biciclette o attrezzarsi per rendere la propria capacità ricettiva idonea all'accoglienza di cicloturisti.

Se ci si limita a mettere a disposizione degli ospiti biciclette gratuitamente, non serve alcuna autorizzazione specifica; se invece si noleggiano biciclette è opportuno integrare la propria autorizzazione agrituristica con l'autorizzazione a svolgere attività ricreative e sportive. In questo caso è indispensabile che l'azienda agriturisitca, oltre a fornire la bicicletta, organizzi per gli ospiti percorsi in bicicletta, o dia almeno indicazioni sui percorsi presenti in zona atti a valorizzare il patrimonio turistico del territorio, in particolare gli aspetti rurali, indicando realtà specifiche.

Nel caso in cui si noleggino biciclette a pagamento si applica l'aliquota Iva del 20%. Nel caso in cui l'azienda offra anche anche altri servizi ricettivi, quali alloggio e ristoro, l'offerta della bicicletta si configura come servzio accessorio e, pertanto, può rientrare nel corrispettivo che l'ospite paga per gli altri servizi con l'applicazione dell'aliquota del 10%.

In entrambi i casi è necessario prestare molta attenzione ai problemi assicurativi: chi fornisce la bicicletta si assume la responsabilità civile di eventuali incidenti che possano essere riconducibili a cattiva efficienza del mezzo. È inoltre opportuno richiedere al venditore della bicicletta copia della polizza di responsabilità prodotti per difetti imputabili alla ditta costruttrice (in generale si tratta di assemblatori), e definire un programma di manutenzione certificato per mantenere in buon funzionamento la bicicletta ed aver maggiori garanzie di sicurezza.

L'agriturismo potrebbe quindi essere il riferimento naturale per questa nicchia

Ecco cosa succede in Europa

Numerosi Paesi europei, e non solo quelli a consolidata tradizione ciclistica, hanno realizzato percorsi ciclabili a lunga percorrenza e reti ciclabili nazionali.

In Austria sono stati realizzati numerosi itinerari ciclabili a lunga percorrenza, alcuni dei quali costituiscono importanti risorse turistiche. E figurano fra le principali destinazioni cicloturistiche mondiali.

Il Donau-Radweg, per esempio, è l'itinerario più famoso d'Europa. Questa pista ciclabile percorre l'intero corso del fiume Danubio in Germania, da Donaueshingen, cittadina ai margini della Selva Nera, dove due piccoli fiumi, il Brigach e il Breg, confluiscono e danno vita al Danubio, prosegue attraversando l'Austria e la Slovacchia per arrivare sino a Budapest, in Ungheria.

La Germania dispone di un fitto reticolo di itinerari ciclabili realizzati dai singoli Land (regioni autonome) e sta costituendo una vera rete nazionale. In diversi Paesi dell'est europeo, come la Repubblica Ceca, la Slovacchia e la Slovenia, sono in corso di realizzazione progetti di reti ciclabili nazionali.

A livello europeo, nel 1995 è stato avviato un progetto denominato Eurovelo per la realizzazione di 12 itinerari transnazionali per un totale di 63.500 km che dovranno collegare le grandi città europee e toccare le principali regioni turistiche. Per informazioni www.eurovelo.org e www.fiab-onlus.it

Nel nostro Paese si sta lentamente provvedendo alla realizzazione di piste ciclabili per la circolazione delle biciclette. Le aziende agrituristiche site in prossimità di questi percorsi sono particolarmente interessate a fornire servizi ai cicloturisti

di mercato. Per realizzare questo obiettivo sono necessarie alcune condizioni. Gli appassionati del cicloturismo ed in particolare di coloro che in vacanza viaggiano sempre con la bicicletta al seguito, sono una clientela molto esigente e, per loro, la bicicletta è come un'appendice del corpo, dal valore affettivo incommensurabile. Ne consegue la necessità di alcuni interventi strutturali che garantiscano i seguenti servizi:
– un deposito chiuso e coperto, possibilmente ad ingresso sorvegliato nel senso che il locale deve potersi chiudere a chiave, con accesso riservato ai soli ospiti, e con un'organizzazione tale che nessuno possa restare in quella stanza da solo senza essere accompagnato. Alcune biciclette da corsa e da arrampicate hanno valori variabili tra i 1.000 e i 10.000 euro e con semplici chiavi inglesi o a brugola è possibile smontare vari pezzi e preziose componenti della bici. Conviene quindi attivare una sorveglianza video, con registrazione supplementare per monitorare ciò che accade nel deposito, e stipulare una polizza di responsabilità civile per il furto;
– all'interno del deposito devono essere presenti delle comode rastrelliere con ganci ad altezza differenziata per appendere le bici, dei rotoli di carta per la pulizia delle mani, un distributore d'acqua completo di bicchieri, un contenitore per rifiuti;
– è indispensabile, inoltre, ricavare nel deposito lo spazio per una piccola officina di manutenzione ordinaria, con un banco da lavoro, un set di attrezzi per lo smontaggio dei vari pezzi della bicicletta, un compressore, una pompa, dei fili di ferro, un trapano, detergenti, sgrassanti, lubrificanti e stracci puliti a volontà, qualche ricambio (e una lista di quelli disponibili dal distributore locale), camere d'aria, copertoni. Per riparazioni più impegnative devono essere disponibili nelle vicinanze delle officine convenzionate;
– un altro spazio particolarmente apprezzato è lo spogliatoio con attrezzature classiche quali scaffali, armadietti, panche, attaccapanni, ripiani per caschi e possibilmente docce, per farsi una doccia al momento dell'arrivo, e una lavatrice (o un servizio di lavanderia rapida) per lavare magliette ed altri indumenti tecnici;
– vicino all'officina è utile approntare un angolo per il lavaggio delle biciclette con acqua corrente, detersivi, spugnette e sgrassanti ecologici.

Prima di fare questa scelta di mercato è opportuno verificare lo stato dei percorsi ciclabili esistenti in zona e la programmazione in corso. I responsabili dell'azienda agrituristica devono poi acquisire un'ampia conoscenza del proprio territorio per consigliare i propri ospiti, accompagnarli o metterli in contatto con guide esperte.

Per rendere più calda l'ospitalità ed entrare in piena sintonia con gli ospiti, si possono mettere a loro disposizione materiale informativo (anche in inglese e in tedesco) sulle risorse turistiche della zona e cartine con percorsi ciclabili ben evidenziati, che riportino il chilometraggio e l'altimetria, adottare orari di ristorazione flessibili, offrire un bicchier di vino all'arrivo e un servizio di merenda al loro rientro nel pomeriggio, mettere a disposizione pubblicazioni, riviste e libri d'interesse cicloturistico.

Il segreto principale è comunque la capacità di condividere il gusto di andare in bicicletta, di predisporre servizi personalizzati e di far sorridere gli ospiti.

La promozione

Il passaparola fra cicloturisti è il mezzo di promozione più efficace. E poi vi sono le fiere specializzate, i tour operator e le associazioni di appassionati

Come al solito lo strumento principale di promozione è il passaparola: è più lento ma a più ampio spettro d'azione. Un cicloturista che si trova bene in un dato luogo ne parla con i componenti del suo gruppo sportivo che in media sono 30-40 persone.

Il cicloturista cerca destinazioni che gli permettano di accedere ad una grande varietà di circuiti per cui è importante che l'agriturismo sia prossimo a percorsi ciclabili.

Le fiere rappresentano certamente un'occasione importante, ma è necessario selezionare con attenzione le rassegne a cui partecipare, soprattutto al-

Un'azienda agrituristica può mettere a disposizione dei propri clienti delle biciclette per le escursioni e fornire accoglienza ai sempre più numerosi appassionati di questo tipo di turismo

l'estero, e prepararsi bene con materiale informativo ed offerte adeguate. Sono occasioni per ottenere nuovi indirizzi e nomi di potenziali clienti.

Tra le fiere più importanti segnaliamo il Salone internazionale del ciclo e del motociclo di Milano (ottobre), Eurobike in Germania (agosto), e ATB a Vienna (gennaio). A queste si aggiungono due fiere internazionali sul turismo: la Borsa internazionale del turismo (BIT) di Milano (febbraio) e la Borsa internazionale del turismo (ITB) che si svolge a Berlino (marzo).

Sono poi tantissimi i tour operator stranieri che programmano soggiorni e viaggi per cicloturisti. Ne riportiamo alcuni, di lingua tedesca, con il loro sito Internet, per darvi la possibilità di contattarli e verificare possibili collaborazioni: www.eurobike.at - www.eurobike.com - www.pedalo.com - www.hikbik.com - www.sareiter.de - www.rotalis.de - www.rueckenwind.de - www.velociped.de - www.donauradfreunde.com - www.eurocycle.at - www.velotours.de - www.bayer-reisen.de - www.italybike.info

Le caratteristiche della rete cicloturistica austriaca

1) Criteri generali obbligatori

1-aziende agricole caratterizzate da particolari percorsi (per esempio dalla vicinanza ad una pista ciclabile);
2-verifica della sicurezza in azienda;
3-partecipazione obbligatoria, almeno una volta all'anno, ad uno scambio di esperienze tra aziende della rete;
4-disponibilità da parte del gestore;
5-impegno sul problema della soddisfazione degli ospiti.

2) Struttura dell'azienda agricola. Requisiti obbligatori

1-devono essere disponibili biciclette, comprese quelle per bambini, per almeno un quarto del numero di posti letto offerto dall'azienda (minimo 3 biciclette). Inoltre gli ospiti rimanenti devono evere la possibilità di usufruire di altre biciclette (gratis). Le biciclette devono, ovviamente, funzionare al meglio e non devono mettere in pericolo chi ne usufruisce. L'uso della bicicletta è incluso nel prezzo;
2-devono essere disponibili seggiolini per i bambini;
3-devono essere presenti in azienda garage sicuri per gli ospiti;
4-vi devono essere spazi riservati all'eventuale riparazione delle biciclette, dove è possibile usufruire di strumenti e attrezzi;
5-vi deve essere anche la possibilità di far asciugare vestiti bagnati (stendibiancheria, asciugatrice);
6-il cortile della fattoria deve presentare spazi riservati e coperti;
7-deve essere sempre disponibile un cospicuo numero di caschi per i ciclisti. L'ospite deve avere la possibilità di usufruire gratis di elmetti di protezione per ciclisti.

3) Prestazioni dell'azienda agricola

1-escursioni guidate dell'azienda agricola almeno una volta alla settimana;
2-in azienda vi sono sempre proposte scritte di escursioni rilassanti;
3-l'azienda è in grado di preparare colazioni salutari, all'aria aperta, se possibile, con pane integrale, succhi di frutta e verdure dell'azienda;
4-l'azienda è disponibile a preparare merende e un cestino da portare durante le gite con prodotti della fattoria;
5-in azienda è disponibile materiale informativo relativo alle diverse escursioni in bicicletta sia locali che nazionali;
6-l'assicurazione di responsabilità civile include anche la messa a disposione delle biciclette.

4) Criteri facoltativi

1-servizio di ritiro delle biciclette in stazione;
2-bonus per gli ospiti che viaggiano in bicicletta (possibilità di fare una doccia);
3-allestimento di una camera per gli esercizi ginnici dei ciclisti;
4-riconoscimenti per coloro che portano a termine particolari percorsi («re della bici», ecc. soprattutto per i bambini);
5-servizio di ritiro e trasporto in cooperazione con altri enti (andare a prendere/accompagnare i ciclisti nei luoghi di partenza dei percorsi scelti);
6-organizzazione di programmi alternativi al coperto in caso di maltempo.

Un ruolo importante viene svolto dalle varie associazioni di cicloturisti. In Germania l'Allgemeiner deutscher fahrrad-club (ADFC) di Monaco raggruppa più di 100.000 associati e pubblica una delle più prestigiose guide di settore (Bett&bike).

L'inserimento negli strumenti informativi dell'associazione è possibile solo dopo la verifica dei requisiti di qualità fissati dall'ADFC il cui sito internet è www.bettundbike.de; e-mail bettundbike@adfc.de.

Anche in Italia non mancano gli operatori turistici del settore. Fra questi «Alice nel paese delle meraviglie» di Treviso (e-mail: alice.meraviglie@inwuind.it), «Girolibero» di Vicenza (e-mail: info@girolibero.it), «Zeppelin» di Vicenza (e-mail: info@zeppelin.it), «Alpitour» di Cuneo (tel. 0171 3131) e «Verde Natura» di Modena (e-mail: info@verdenatura.com).

Sempre in Italia le associazioni cicloturistiche sono molteplici, prevalentemente a livello locale. In campo nazionale vi è la Federazione italiana amici della bicicletta (www.fiab-onlus.it) e l'Unione italiana sport per tutti (www.uisp.it).

Il sito della Fiab propone un servizio denominato «Albergabici» rivolto a tutte le strutture ricettive per un inserimento gratuito nella sezione «vacanze in bici» di quelle strutture che offrono servizi a favore di cicloturisti. Non si propone l'obiettivo di certificare strutture idonee ai ciclisti ma ha lo scopo di mettere in rete informazioni utili per coloro che viaggiano in bicicletta.

Segnaliamo, infine, un'interessante esperienza che è allo studio da parte della Provincia di Bologna, Servizio manutenzione strade e che consiste in uno schema di accordo per facilitare la realizzazione di percorsi ciclabili. I proprietari del terreno interessato alla realizzazione del percorso concedono una servitù del diritto passaggio, e, quindi, di fatto, concedono al Comune o alla Provincia la possibilità di realizzare, a loro spese, la pista. In cambio gli stessi proprietari ricevono un indennizzo per l'apposizione delle servitù e possono stipulare con l'ente gestore della pista convenzioni allo scopo di garantire piccole forme di manutenzione ordinaria del percorso (la pulizia del fondo stradale e delle aree di sosta, il mantenimento della segnaletica stradale, la posa e la sostituzione delle staccionate, la pronta chiusura di buche e fratture del terreno causate da eventi stagionali e dal transito di mezzi meccanici e di animali). Un accordo che rientra nello spirito della legge di orientamento per lo sviluppo della multifunzionalità. ❑

Ippoturismo: tra gli appassionati del cavallo e le aziende agrituristiche il legame è solido

Con l'agriturismo e la valorizzazione turistico-ricreativa della campagna, il cavallo ha assunto una nuova dimensione sempre più legata all'utilizzo del tempo libero e al contatto con la natura.

Secondo una ricerca Eurisko, in Italia una azienda agrituristica su cinque ha cavalli in azienda e almeno una su quattro offre servizi di turismo equestre. Sempre secondo tale ricerca, gli italiani che praticano, abitualmente o saltuariamente, l'equitazione o il turismo a cavallo, a partire dai viaggi in solitario e dalle «vacanze in sella» fino alle singole passeggiate di poche ore, sono circa un milione. Non poco, anche se non siamo ai livelli dell'Inghilterra, dove i praticanti degli sport equestri sono tre milioni.

Il turismo equestre rappresenta, quindi, un grande fattore di sviluppo del territorio, anche perché in questi anni ha perso quel carattere di esclusività che lo caratterizzava.

L'ippoturismo è di per sé il naturale complemento dell'agriturismo, ma prima di introdurre questa attività nella propria offerta è opportuno valutare i problemi gestionali che ciò comporta.

L'allevamento dei cavalli è un'attività agricola a tutti gli effetti. Permangono problemi di omogeneità tra le diverse normative (fiscali, sanitarie e amministrative) ma il suo riconoscimento agricolo non è più ormai in discussione.

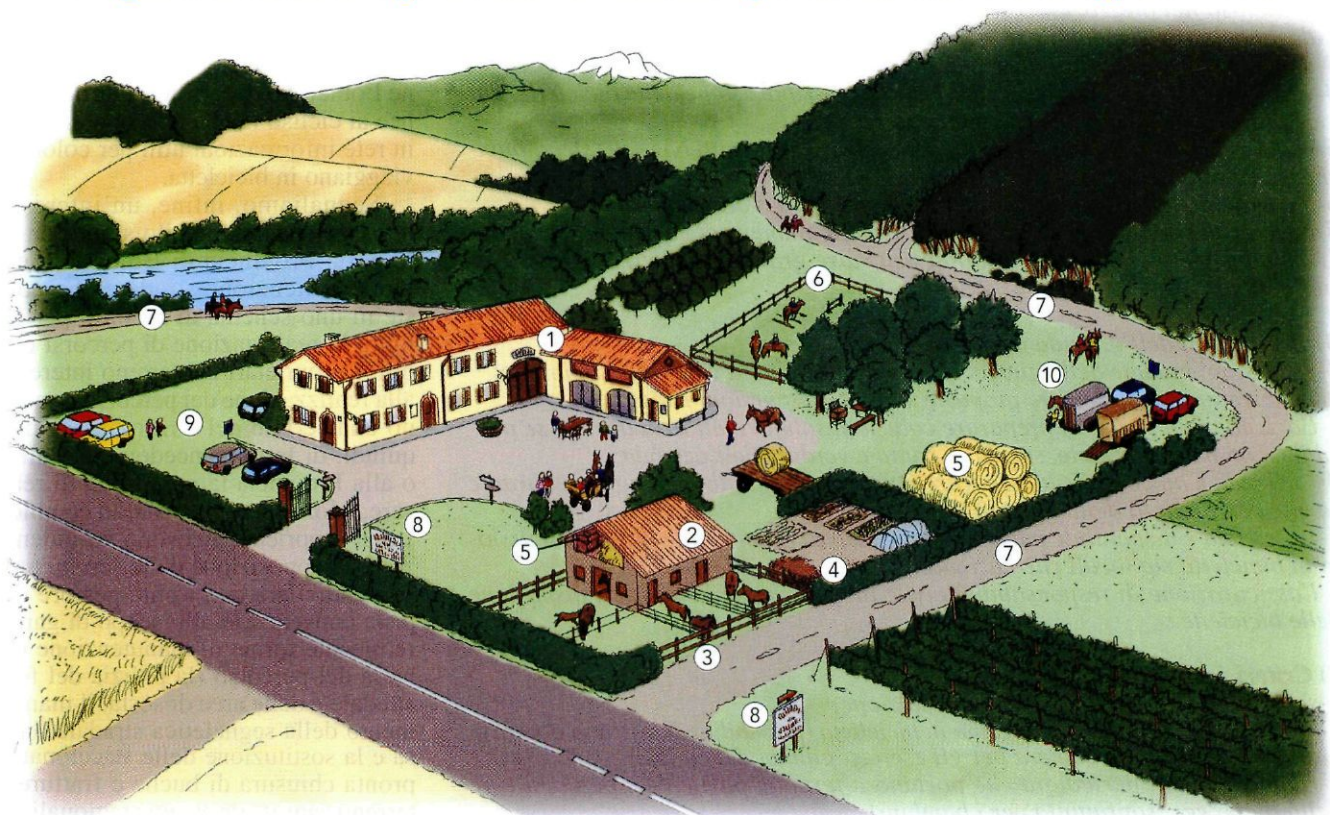
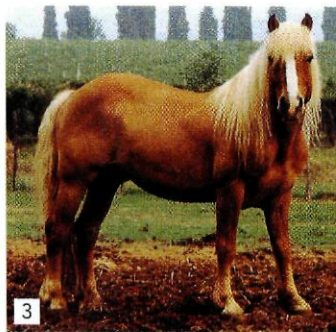
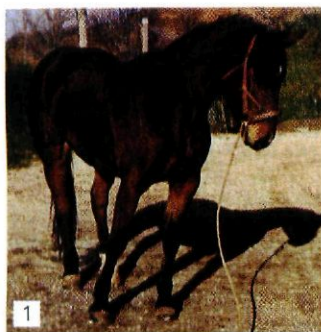
Per intraprendere questa attività servono innanzitutto competenze nell'allevamento ed una persona con la necessaria esperienza, munita di apposito brevetto o patente (vedi a pag. 55), che si occupi a tempo pieno di seguire i turisti a cavallo. Il cavallo è un animale delicato che va allevato con cura e competenza.

Collegata al fenomeno dell'ospitalità in campagna è anche la riscoperta dei cavalli italiani. Maremmana, Bardigiana, Avelignese, Murgese: sono solo alcune delle razze che attualmente vengono utilizzate. In prevalenza per l'ippoturismo si utilizzano cavalli avelignesi e bardigiani, caratterizzati da una bassa altezza (al massimo 150 cm al garrese) e da una maggiore docilità.

Un cavallo da adibire ad attività di turismo equestre può costare dai 1.800 ai 2.000 euro e può lavorare anche per 20 anni, se viene gestito correttamente. Per l'acquisto della sella, dei finimenti e degli accessori di scuderia sono necessari dai 300 ai 500 euro per cavallo.

L'allevamento del cavallo comporta i seguenti costi:
- mantenimento: mangime e fieno per 5-6 euro al giorno;
- ferratura e mascalcia ogni 50 giorni: 55 euro;
- cure veterinarie: 200 euro all'anno.

Per gestire un servizio di turismo equestre con 5 cavalli per escursioni, attività di maneggio e altri 5 cavalli a pensione serve l'impegno di 1 persona per 3 ore al giorno.

Progetto di azienda agrituristica attrezzata per fornire servizi di ippoturismo

Legenda. 1-*Agriturismo con servizi di alloggio e ristorazione.* **2-***Stalla dotata di box per cavalli.* **3-***Recinti.* **4-***Concimaia.* **5-***Deposito per foraggi, mangimi e paglia.* **6-***Maneggio.* **7-***Percorsi per passeggiate a cavallo.* **8-***Segnaletica ben visibile in prossimità dell'accesso all'azienda.* **9-***Parcheggio.* **10-***Area di sosta dei rimorchi per il trasporto dei cavalli*

Maremmana (**1**), *Bardigiana* (**2**), *Avelignese* (**3**), *Murgese* (**4**): *sono queste alcune delle razze italiane maggiormente utilizzate per l'ippoturismo. I cavalli avelignesi e bardigiani, in particolare, sono caratterizzati da altezza ridotta e grande docilità*

Le autorizzazioni per la costruzione di una stalla per i cavalli

Ecco come districare la matassa normativa per realizzare una stalla, struttura indispensabile al fine di poter offrire i propri servizi a chi ama passare vacanze e tempo libero a cavallo

La costruzione di box di metri 3,20 x 3,20 (misura minima prevista dalle Asl) in una nuova stalla comporta una spesa di 1.100 euro al metro quadrato. Se si punta a recuperare spazi ormai dismessi nella stalla della propria azienda il costo si riduce a 700 euro per box.

Per la costruzione di scuderie, maneggi o box, o per la semplice ristrutturazione di edifici da adattare a tale uso, è necessario inoltrare al Comune istanza di «Permesso di costruire» corredata da elaborati grafici esplicativi, relazione tecnica, fotografie dello stato di fatto esistente (se trattasi di edifici esistenti), eventuali vincoli ed altra documentazione specifica relativa a impianti da installare, se previsti e quando obbligatori, nonché eventuale indagine geologica preventiva, necessaria per la costruzione della concimaia. Per ogni settore devono essere utilizzati professionisti abilitati.

In fase progettuale occorre preventivamente effettuare un'indagine urbanistica, verificando eventuali limitazioni esistenti desumibili dal Piano regolatore generale, soprattutto nel caso di eventuali ampliamenti superiori al 20% o di nuove costruzioni, che comportino la necessità di istituire vincoli presso la Conservatoria dei beni immobiliari. Il rilascio del permesso di costruire non è subordinato al pagamento degli oneri concessori se si tratta di opere in zona agricola effettuate da imprenditori agricoli professionali.

Congiuntamente alla presentazione obbligatoria dell'inizio lavori al Comune e di notifica preliminare all'Asl competente per territorio, nei casi in cui la norma lo preveda, vanno anche predisposte le nomine per il coordinatore del progetto e per il responsabile delle sicurezza sul cantiere (Dlgs 494/96 e Dlgs 528/99) e deve essere depositata presso l'ufficio tecnico comunale la «Denuncia dei cementi armati e delle opere in ferro», corredata da calcoli statici firmati da professionisti abilitati. Ad ultimazione dei lavori va inoltrata, entro 15 giorni, istanza all'ufficio tecnico comunale per il rilascio del certificato di agibilità.

Per ottenere dall'Asl, in fase di esame preventivo del progetto, il necessario nulla osta devono essere previsti e presentati i seguenti dati: collocazione e dimensione delle vasche/concimaie a tenuta stagna per lo stoccaggio del liquame e del letame; indicazioni circa la distanza dell'insediamento dai fabbricati abitativi facenti parte dell'azienda o da abitati circostanti; sistemi previsti per il convogliamento delle deiezioni animali ed eventuale piano agronomico di spandimento. È altresì necessario verificare gli obblighi previsti dal Regolamento di igiene e dalle Norme tecniche attuative del Prg (Piano regolatore generale) e le eventuali deroghe necessarie soprattutto nel caso di recuperi edilizi.

Particolare attenzione viene posta dall'organo di controllo (Asl), in fase di esame del progetto, al posizionamento di eventuali fossi o pozzi di captazione dell'acqua potabile o irrigua, nonché alle tecnologie e ai materiali utilizzati in fase esecutiva, oltre che alle previsioni generali di assetto dell'azienda, con indicazioni delle movimentazioni e dei percorsi.

Le aziende agricole possono fornire il servizio di pensione per cavalli, programmare corsi di equitazione, organizzare attività di trekking e passeggiate a cavallo

Nei casi previsti dalla normativa l'iter di approvazione del progetto prevede anche l'ottenimento del nulla osta e del certificato prevenzione incendi da parte del Comando provinciale dei Vigili del fuoco. È il caso, per esempio, dei depositi di fieno all'esterno che devono avere una distanza non inferiore a 100 metri dalle abitazioni. Il certificato ha validità di 5 anni e decorre dalla data del sopralluogo.

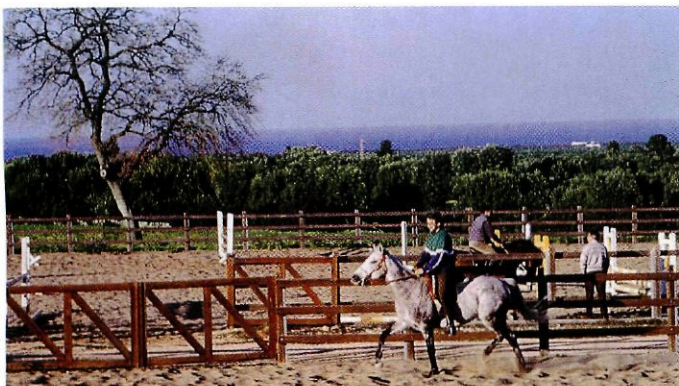
In fase progettuale vanno verificate anche le caratteristiche aziendali e le possibilità di inserimento di disabili, con le eventuali deroghe da intendersi come adattamenti a costi limitati (passerelle, pedane inclinate, ecc.) in assenza di interventi strutturali.

Le stalle di nuova costruzione o modificate non possono essere occupate prima che il Sindaco non abbia rilasciato l'autorizzazione sanitaria, su parere favorevole dell'Asl, Servizio igiene edilizia e del territorio.

L'iter burocratico è piuttosto complesso, ma se si hanno dei dubbi sulla fattibilità conviene richiedere all'Asl un sopralluogo preventivo. Il problema principale di questo tipo di insediamenti riguarda lo smaltimento delle deiezioni animali e la necessità di raccogliere i liquami in apposite fosse impermeabili e a tenuta stagna che devono avere un rapporto di circa 0,62 metri cubi per cavallo.

Anche la concimaia per il letame deve essere impermeabile ed avere un'ampiezza proporzionata al numero di poste della stalla con una superficie di circa 9 metri quadrati per cavallo.

Il costo della fossa e della concimaia si aggira sui 75 euro al metro quadrato. Il deposito del letame nelle fosse deve essere assolutamente provvisorio e le stesse devono essre svuotate frequentemente. Le concimaie devono essere situate a non meno di 50 metri dalle abitazioni, nonché a 15 metri da fossi e stagni.

In qualsiasi caso è opportuno consultare il regolamento locale di igiene ed il regolamento edilizio locale, e tener conto del dato più restrittivo.

In azienda vi deve essere un maneggio, per le lezioni di equitazione, di almeno metri 20 x 40. Deve essere pianeggiante, con fondo in sabbia e realizzato in modo che non vi siano ristagni d'acqua nei periodi piovosi

Gli adempimenti veterinari

Autorizzazione dei Servizi veterinari dell'Asl, tenuta del registro dei trattamenti farmacologici e del registro di carico e scarico degli animali, passaporto del cavallo: ecco le norme di polizia veterinaria cui deve attenersi chi detiene cavalli in azienda

L'allevamento di cavalli, come qualsiasi allevamento di animali da reddito, deve essere autorizzato dai Servizi veterinari dell'Asl che rilasciano un codice allevamento tramite l'Associazione provinciale allevatori (Apa). In azienda deve essere sempre conservato il registro dei trattamenti farmacologici, un registro di carico e scarico degli equini presenti in scuderia ed ogni cavallo deve avere un idoneo documento di identificazione rilasciato dai Servizi veterinari (passaporto) con il relativo numero identificativo a vita che deve riportare tutti i trattamenti e le vaccinazioni del cavallo. Nella compilazione di tale documento è necessario che l'azienda agricola presti attenzione alla categoria in cui collocare il proprio cavallo. Per i Servizi veterinari, infatti, a parte qualche lodevole eccezione regionale, i cavalli possono essere definiti da macello, da allevamento o da reddito.

I sistemi informativi dei servizi veterinari di alcune Regioni, poi (vedi la Lombardia), hanno introdotto ulteriori disaggregazioni, tra cui le categorie di cavallo sportivo (impiegato in gare sportive) e amatoriale (impiegato per scopi hobbistici). Queste tipologie poi non collimano con quelle previste dai Piani di sviluppo rurale che raggruppano i cavalli in sole due categorie: da carne e da riproduzione.

Per cavalli da riproduzione si intendono non tutti i cavalli non castrati e le femmine ma solo gli stalloni iscritti ai centri regionali di incremento ippico. Le femmine a loro volta devono essere ingravidate solo con seme di stalloni controllati dal Centro regionale di incremento ippico.

Ne consegue che i cavalli utilizzati per il tempo libero non trovano una facile collocazione. A ciò cercano di rispondere proposte di riordino presentate da alcune Regioni con l'intento di recepire la direttiva comunitaria n. 74/2003. In tali proposte vengono introdotte per la prima volta le categorie di cavallo da sella, da tempo libero, da utilità.

I problemi assicurativi

L'utilizzo del cavallo in agriturismo è una delle attività più a rischio; è quindi necessario attivare coperture assicurative e prevedere la presenza in azienda di operatori professionalizzati

I principali problemi, per quanto riguarda le attività di turismo equestre, sono comunque di natura assicurativa. Gli utenti sono molto eterogenei per provenienza, per preparazione sportiva, per esigenze di ospitalità. Spesso il turista vuole solo provare l'emozione del montare a cavallo e non è detto che l'equitazione sia o divenga una sua attività abituale. Il cavallo, inoltre, è un animale e come tale imprevedibile.

Le tipologie assicurative più comuni sono tre: assicurazione di responsabilità civile; assicurazione contro gli infortuni; assicurazione del cavallo.

Le compagnie assicurative considerano l'equitazione un'attività a rischio per cui è necessario, di volta in volta, contrattare ogni clausola con la compagnia e verificare bene i rischi inclusi, i massimali ed i relativi premi. La polizza deve tutelare l'azienda dal rischio di dover risarcire di tasca propria i danni alle cose di altri e a persone, causati dal cavallo, o i danni provocati dal cavaliere a se stesso per propria imperizia.

Per la polizza contro gli infortuni potrebbe essere sufficiente sottoscrivere una normale polizza infortuni contemplante anche i rischi dell'attività extralavorativa, badando bene che l'equitazione non sia espressamente esclusa dalla copertura. Tali polizze prevedono garanzie in caso di morte, invalidità permanente ed eventualmente anche per inabilità temporanea nonché il rimborso delle cure mediche resesi necessarie a seguito dell'eventuale infortunio.

Alcune polizze comprendono sia la responsabilità civile che la copertura di eventuali infortuni. Il loro costo è sui 2.500 euro per 10 cavalli.

Le polizze assicurative di tutela del cavallo sono invece molto rare, assai costose e tutelano il proprietario dalla perdita economica che subirebbe per la morte del cavallo in diretta conseguenza di malattia o infortunio, ma non coprono adeguatamente i danni economici provocati dalla mancata resa del cavallo a seguito di malattie e infortuni. Non vi è alcun obbligo di avere una copertura assicurativa di questo tipo, neanche se il cavallo circola su strade asfaltate, ma si tratta comunque di una precauzione molto importante.

La conduzione del cavallo nei trekking e nelle escursioni deve tener conto delle norme stabilite dal codice della strada che regola anche la condotta degli animali. Si può cavalcare da soli un cavallo se si hanno più di 14 anni. Per età inferiori si deve essere accompagnati da un adulto.

Secondo il codice della strada il cavallo è assimilato ad un veicolo e deve, pertanto, procedere a destra, sebbene, sotto il profilo equestre, sarebbe auspicabile il prodecere sulla sinistra (il cavallo preferisce osservare i veicoli che incrocia piuttosto che vederseli arrivare da dietro). Per analogia e fin dove è possibile vanno applicate tutte le norme relative alla circolazione di autoveicoli, quali quelle relative alla velocità, alla precedenza, alla sosta. Nell'attraversamento di centri abitati o in prossimità di abitati si deve andare al passo o al piccolo trotto, tenendo una velocità moderata, e nelle soste si devono adottare tutte le cautele per assicurare l'incolumità di terzi e del cavallo. È inoltre vietato procedere per file affiancate.

Per quanto riguarda la circolazione lungo le strade campestri, che non siano pubbliche a qualsiasi titolo, non vi è una tutela giuridica del diritto di passo. Spesso le strade ed i sentieri di campagna sono privati e soggetti a limitazioni di passo, a meno che non si raggiunga un accordo preventivo. L'introduzione in un fondo è perseguibile civilmente, dietro denuncia del proprietario, per il risarcimento dei danni che sono stati provocati. Se il fondo è delimitato da fossi, da cartelli (ad esempio con la scritta «Fondo chiuso») o da siepi, l'introduzione si configura come violazione del diritto di proprietà e può essere perseguibile penalmente, sempre su denuncia del proprietario, anche se non si sono provocati danni.

Per evitare problemi e contestazioni nel caso di incidenti è necessario che in azienda siano presenti operatori professionalizzati, con una preparazione spe-

cifica, in grado di garantire la funzionalità, l'affidabilità e la sicurezza delle attività proposte.

Sono così previsti brevetti e patenti di vario livello, il cui rilascio è demandato a corsi di formazione che sono organizzati dai centri e dalle aziende agrituristiche aggregati alle varie associazioni, tra cui la Federazione italiana turismo equestre, la Federazione italiana sport equestri, l'Ente nazionale guide equestri ed ambientali, o dalle agenzie o dai centri di formazione a carattere agricolo, che spesso sono gratuiti.

La Federazione italiana turismo equestre, per esempio, rilascia patenti e organizza corsi per i vari livelli e per conduttori di carrozze:
– la patente A1 «ludico addestrativa» richiede un certificato di sana e robusta costituzione fisica e un certificato di vaccinazione antitetanica;
– la patente A2 «agonistica» richiede un certificato rilasciato da un centro di medicina sportiva.

La partecipazione a corsi di più lungo respiro dà poi diritto a conseguire livelli superiori fra cui quello di accompagnatore (50 ore), di guida di turismo equestre (due settimane per un totale di100 ore), di istruttore (tre settimane per complessive 200 ore). Il costo delle patenti si aggira sui 40 euro (A1) e sui 51 euro (A2), mentre i corsi si aggirano sui 400 euro ognuno.

La vaccinazione antitetanica è fondamentale perché il cavallo è ritenuto un animale portatore di tetano.

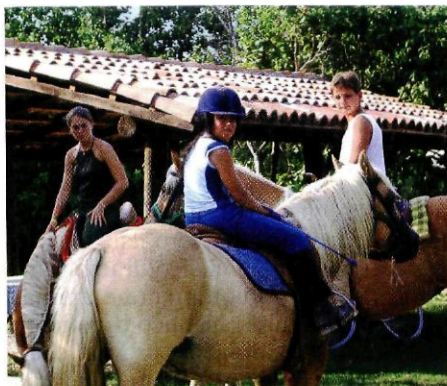
Le attività equestri

Nell'ambito dell'agriturismo si possono effettuare attività di pensione per cavalli, corsi di avviamento all'attività ippica, trekking e passeggiate a cavallo, escursioni in carrozza

Le attività che si possono svolgere sono molteplici e vanno dalla pensione per cavalli, ai corsi di avviamento all'attività ippica, all'organizzazione di trekking e di passeggiate a cavallo, alle escursioni in carrozza di poche ore o di alcuni giorni. Anche al di fuori del fondo aziendale.

Le tariffe che sono comunemente applicate sono di 200 euro al mese per la pensione di un cavallo e di 15 euro l'ora per l'avviamento all'attività ippica. Gli abbonamenti riducono il costo unitario del 10-20%.

Per l'organizzazione e l'accompagnamento degli ospiti in trekking a cavallo vengono richiesti 60 euro al giorno se ogni ospite porta il suo cavallo, 80 euro se si fornisce il cavallo e 100 euro se si fornisce anche il ristoro.

Il prezzo applicato per le escursioni in carrozza è di 5 euro all'ora.

L'impiego dei cavalli comporta sempre un certo rischio. È quindi necessario dotarsi di una polizza assicurativa per la responsabilità civile e gli infortuni

Quello dell'equitazione è un mercato molto esigente per cui non ci si può improvvisare. La scuderia è una straordinaria cartina di tornasole della qualità del centro; la cura delle attrezzature di ogni cavallo, la selleria in ordine e la pulizia del cavallo sono il loro naturale corollario.

Si può comunque iniziare attrezzando la propria azienda come punto sosta su percorsi equestri già consolidati o da realizzare in collaborazione con altre aziende della zona, per vendere servizi aziendali di ospitalità e/o di ristoro. Un ricovero non di fortuna per i cavalli e qualche stanza accogliente per i cavalieri può bastare per avviare la propria attività.

Un weekend a cavallo con due ore di equitazione al giorno in bassa stagione e con trattamento di pensione completa può essere venduto a 110 euro a persona.

La possibilità di organizzare escursioni più ampie, alla scoperta delle risorse turistiche del territorio, può essere un fattore di sviluppo per l'azienda agrituristica. La durata di un trekking tende ad attestarsi sulle tre ore al mattino e sulle due ore al pomeriggio e in un giorno si percorrono in media 25-30 km. Chi partecipa al trekking ha maggiori esigenze di ospitalità di coloro che si muovono in bicicletta e questo fatto può costituire un'interessante risorsa.

Fra le attività che si possono organizzare vi sono le escursioni in carrozza, anche al di fuori del fondo aziendale

Inquadramento fiscale e analisi economica

In un mercato consolidato come quello dell'equitazione, il successo di un'azienda di agriturismo equestre dipende dalla bellezza dell'ambiente in cui è inserita e dall'attenzione riservata al cliente

Quella di ippoturismo è un'attività di servizio e quindi ad essa si applica l'aliquota Iva del 20%. La ricevuta fiscale deve essere emessa al momento della conclusione del servizio.

In questo, come in altri settori, l'attenzione al cliente e le capacità di relazione e di dialogo sono determinanti. Il successo di un'azienda di turismo equestre ovviamente dipende anche dal contesto territoriale in cui è inserita e dalle vocazioni turistiche della zona. In qualsiasi caso in azienda vi deve essere un maneggio a disposizione degli ospiti di non meno di 20 x 40 metri, pianeggiante, con fondo in sabbia e realizzato in modo che non vi siano ristagni d'acqua nei periodi piovosi.

Nella pensione per cavalli i clienti sono per la maggiore ex utenti del maneggio che decidono di acquistare il cavallo con cui hanno imparato a cavalcare.

Nei trekking sono in crisi i concorsi mentre si sviluppano sempre di più le escursioni a contatto con la natura, rilassanti e non impegnative dal punto di vista economico. Le escursioni si sviluppano per poche ore ed i trekking sono di 2-3 giorni. Il programma dei percorsi possibili deve sempre essere messo a disposizione degli ospiti. In azienda vi deve essere almeno una persona disponibile ad assistere e guidare le escursioni a cavallo.

Per iniziare un'attività di ippoturismo è necessario poter contare su almeno tre cavalli, ma la costruzione di un proprio mercato è piuttosto lenta e difficile e passa attraverso l'organizzazione di eventi ed iniziative quali piccole gare, feste, rassegne che consolidino e fidelizzino i propri ospiti abituali. ❑

INDIRIZZI UTILI

Ente nazionale guide equestri ed ambientali - Via Corfù, 50 - 25124 Brescia - Tel. 030 2451061 - Fax 030 2450602 - E-mail: segreteria@sitogea.net - Internet: www.sitogea.net

Federazione italiana sport equestri - Viale Tiziano, 74 - 00196 Roma - Tel. 06 3233826 - Fax 06 36858611 - E-mail: segreteria@fise.it - Internet: www.fise.it

Federazione italiana turismo equestre e TREC - Piazza A. Mancini, 4 - 00196 Roma - Tel. e fax 06 32650230 - Tel. 06 32650231 - E-mail: fiteec@fiteec-ante.it - Internet: www.fitetrec-ante.it

Fattorie sociali: si accolgono e si aiutano le persone in difficoltà

La fattoria sociale è un'azienda agricola nella quale sono presenti spazi e coltivazioni pensati e realizzati appositamente per l'accoglienza di persone svantaggiate. Si tratta, quindi, di strutture che hanno finalità terapeutiche e lo scopo specifico di creare le condizioni favorevoli alla socializzazione e/o al reinserimento sociale e lavorativo di minori in difficoltà, disabili fisici o psichici, detenuti, persone con problemi di alcol o droga. Sono ugualmente frequentate da anziani con eventuali leggeri handicap fisici o psichici e bisognosi di contatti sociali, bambini con difficoltà emozionali, comportamentali o di apprendimento.

Nel nord Europa queste esperienze sono particolarmente diffuse e crescono velocemente. Nella sola Olanda il loro numero è rapidamente aumentato da 50 nel 1998 a 300 nel 2001.

Da sempre la campagna, con i suoi tempi meno ritmati, gli spazi più dilatati e il contatto diretto con la natura e con gli animali, favorisce l'integrazione di persone svantaggiate. L'esperienza generale insegna che il ritmo naturale della vita contadina, il lavoro fisico, il fare parte di un piccolo nucleo di tipo familiare, il contatto con piante e animali hanno un effetto terapeutico benefico.

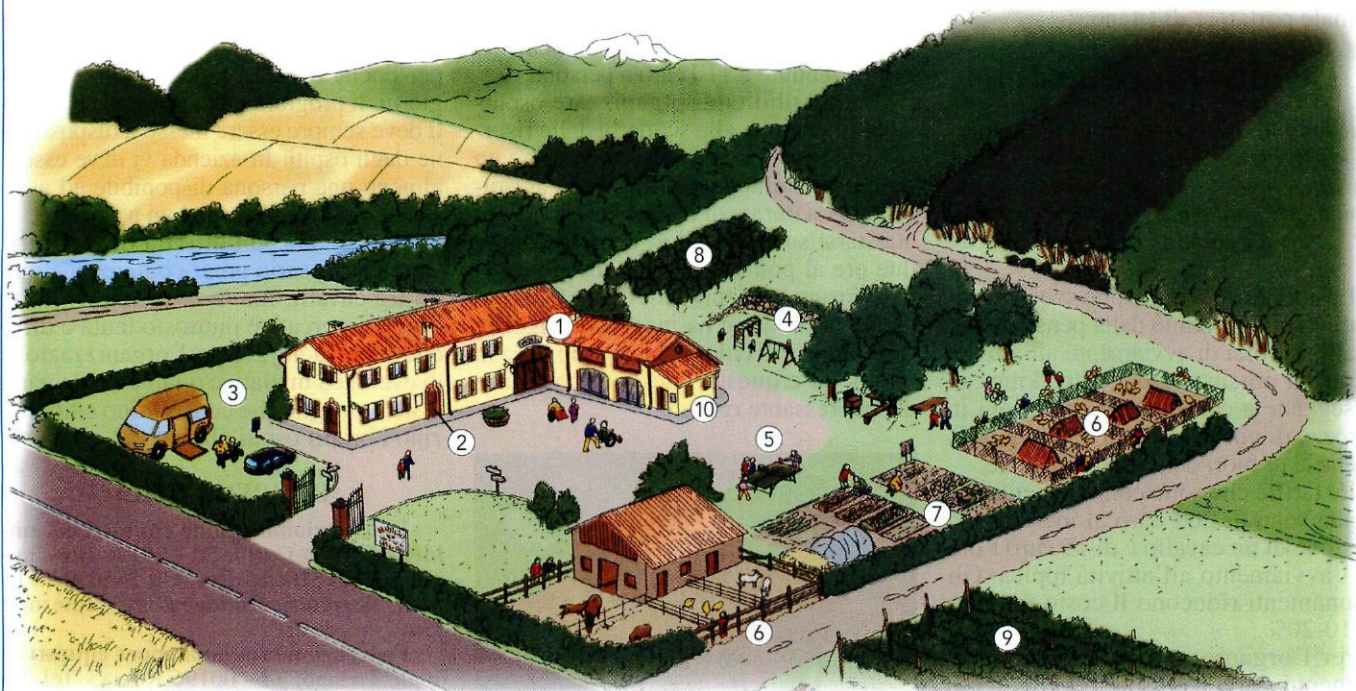
Numerosi studi hanno provato che il contatto con gli animali può migliorare la salute mentale di persone con diversi tipi di disabilità. Così pure importanti ricerche hanno dimostrato che la cura di giardini e di orti sortisce effetti benefici, osservabili clinicamente, capaci di ridurre il disagio.

Questa capacità deriva dal fatto che prendersi cura di organismi vivi stimola il senso di responsabilità e la socializzazione, combatte il senso di inutilità della persona e attenua stress e ansia.

È questa una ulteriore opportunità per l'azienda agricola multifunzionale; una combinazione nuova e promettente di attività produttive e di servizi di assistenza, di terapia occupazionale e di sviluppo di abilità occupazionali per persone con diversi tipi di disabilità.

Tra le fattorie sociali ci sono aziende agricole, di allevamento (bovini, maiali, pecore), aziende di orticoltura e fattorie miste.

Le fattorie sociali variano a seconda dei modi in cui coesistono l'attività agricola e quella di assistenza. Ci sono fattorie che si concentrano su una produzione agricola efficiente e ospitano un limitato numero di utenti; pertanto il reddito da lavoro assistenziale è relativamente basso. In queste fattorie, da 1 a 3 ospiti, relativamente autonomi, assistono l'agricoltore nelle attività minori; oppure gli utenti con disabilità più gravi partecipano ad attività (non commerciali) realizzate appositamente per loro. Ci sono poi fattorie dove la produzione agricola è molto meno importante perché ci si concentra sull'assistenza. In questi casi il numero di utenti è in genere alto (più di 10) e spesso si tratta di soggetti che hanno bisogno di maggiore sostegno e guida.

Progetto di azienda agricola organizzata in fattoria sociale per l'accoglienza e l'assistenza alle persone svantaggiate

Legenda. 1-*Agriturismo con servizio di ristorazione adatto alle necessità degli ospiti disabili.* **2**-*Locale per lo svolgimento delle attività.* **3**-*Parcheggio.* **4**-*Area giochi per bambini.* **5**-*Area relax con tavolo da ping pong, biliardino, tavolini, ecc.* **6**-*Recinti con animali (cavalli, asini, capre, polli, palmipedi, ecc.).* **7**-*Orto-giardino suddiviso in piccoli appezzamenti.* **8**-*Frutteto.* **9**-*Vigneto.* **10**-*Servizi igienici accessibili alle persone disabili*

I requisiti strutturali

Sono necessari locali, aree di coltivazione e allevamenti, nonché servizi igienici adeguati alle necessità dei disabili con un'attenzione particolare ai requisiti di sicurezza

Ogni azienda deve possedere almeno un ambiente coperto, attrezzato per l'accoglienza e l'intrattenimento dei gruppi in visita (operatori e persone svantaggiate) e una o più aree di coltivazione e/o di allevamento costruite e gestite tenendo conto delle problematiche e delle esigenze degli ospiti (accessibilità, dimensioni, ecc.).

Devono essere presenti spazi dedicati alla merenda e, se la permanenza si prolunga per una giornata intera, anche per il pranzo.

I servizi igienici devono essere commisurati alla capacità ricettiva e adatti a persone con disabilità.

In ogni azienda è presente almeno un responsabile dell'accoglienza che affianca gli operatori e gli ospiti nel periodo di permanenza in azienda. Può anche sostituire gli operatori sociali che accompagnano gli ospiti se costoro non presentano patologie gravi, per esempio sono anziani autosufficienti alla ricerca di momenti di socializzazione.

Ogni responsabile delle visite deve impegnarsi a frequentare appositi corsi di formazione e di aggiornamento organizzati dagli organismi competenti per migliorare la qualità del servizio offerto e la propria professionalità.

Ogni azienda deve essere dotata dei sistemi di sicurezza previsti dalla legge (antincendio, luci di emergenza, segnalazione uscite, attrezzature di pronto soccorso) e di contatti con i presidi sanitari più vicini.

Le attrezzature agricole e le sostanze pericolose (fitofarmaci, concimi, ecc.) devono essre rese inaccessibili e le aree a rischio (concimaie, fossati, corsi d'acqua, ecc.) devono essere opportunamente segnalate e circoscritte. L'azienda deve essere, in ogni caso, coperta da una assicurazione di responsabilità civile.

Le fattorie spesso devono essere adattate in modo da offrire agli utenti una grande varietà di attività.

Esempi di adattamenti sono: l'allargamento delle corsie delle stalle e la costruzione di box per ogni singolo animale, in modo che sia più efficace il rapporto diretto con gli animali; la pavimentazione dei sentieri per persone in sedia a rotelle; la costruzione di una serra per diversificare le attività durante l'inverno o in condizioni di maltempo; l'allargamento del numero di varietà animali; la costruzione di uno spazio attrezzato per il riposo del dopo pranzo.

Una fattoria sociale deve avere almeno un ambiente coperto, attrezzato per l'accoglienza e l'intrattenimento dei gruppi in visita. I servizi igienici devono essere adatti a persone affetti da disabilità

Alcuni agricoltori optano per integrare la produzione agricola commerciale con l'assistenza solo fino ad un certo punto. In questi casi l'agricoltore è in genere responsabile per l'azienda agricolo-commerciale, mentre la moglie (spesso con esperienze di assistenza) guida gli utenti nelle attività che non fanno veramente parte dell'azienda agricolo-commerciale (ad esempio gli ospiti accudiscono i piccoli animali come galline, conigli, pony). In questo caso il numero degli utenti normalmente non supera le 6 unità.

Altri agricoltori accettano la sfida di integrare veramente l'assistenza e la produzione agricola in modo che gli utenti possano partecipare alla produzione della fattoria senza disturbare l'efficienza della produzione stessa. Questo richiede un gran coraggio e notevoli adattamenti del sistema produttivo. Alcuni allevatori, ad esempio, passano dalle mucche alle capre perché sono più maneggevoli per gli utenti, oppure modificano le stalle in modo che gli utenti possano dare da mangiare a mucche, maiali o galline. Questo è possibile solo per fattorie che non sono molto meccanizzate. Il numero degli utenti va dai 7 ai 15.

Foto: Cooperativa La Fonte

Il contatto diretto con la natura e con gli animali favorisce l'integrazione di persone disadattate e può migliorare la salute mentale di persone con diversi tipi di disabilità

Vi sono poi aziende che ospitano una trentina di utenti per cui la struttura deve essere notevolmente adeguata. Quasi tutte le fattorie sociali svolgono attività a carattere non residenziale e gli utenti vengono solo durante il giorno. Lo scopo terapeutico può variare dal passare una piacevole giornata con qualche attività, alla terapia, fino alla formazione per la reintegrazione nel mercato del lavoro.

I contatti più intensi tra animali da fattoria ed esseri umani possono far supporre la crescita del rischio di malattie (in particolare le infezioni della pelle). In verità con l'igiene, la pulizia e il controllo veterinario periodico si riduce di molto il pericolo.

Gli investimenti e i risultati economici

L'adeguamento delle strutture può comportare investimenti di rilievo; il reddito ritraibile può però essere molto interessante, specie per le aziende completamente orientate verso l'assistenza

La trasformazione di una azienda agricola in fattoria sociale comporta problemi di adeguamento delle strutture e la necessità di investimenti mirati che variano notevolmente tra i diversi tipi di aziende. Orientativamente possono essere necessari dai 5.000 euro, per una fattoria che ospita da una a tre persone, ai 60.000 euro, per una fattoria orientata all'assistenza con una capacità ricettiva di 15 posti.

I costi più alti comprendono la costruzione di una sala da pranzo, le modifiche sanitarie, l'adattamento della fattoria e l'avvio di nuove attività.

Il tempo che una famiglia contadina impiega per l'assistenza agli utenti, l'amministrazione, le consultazioni con gli istituti e i rappresentanti degli utenti (psichiatri, ecc.) varia approssimativamente dalle 17 ore alla settimane per fattorie con pochi ospiti alle 56 ore alla set-

timana per fattorie specializzate nell'assistenza. Presumendo che l'attività occupi 45 settimane all'anno e il compenso sia di 14 euro all'ora, si può calcolare un costo del lavoro variabile dai 10.000 ai 40.000 euro all'anno.

In fattorie orientate prevalentemente all'attività agricola i costi aggiuntivi sono relativamente bassi. Quando invece ci sono più di 6 utenti, o ospiti con patologie non lievi, può essere necessaria l'assunzione di operatori esperti esterni per l'assistenza che comporta costi più alti. In fattorie orientate all'assistenza con 15 utenti, il costo di due esperti esterni è di circa 64.000 euro all'anno.

Il compenso per le attività sociali dipende dalla quantità di tempo che l'agricoltore dedica a tali attività e dall'offerta dei mezzi. Nella maggior parte dei casi è l'istituto da cui proviene l'utente che paga ed il compenso varia dai 23 euro al giorno in una fattoria orientata prevalentemente all'agricoltura, ai 32 euro al giorno in una fattoria intermedia, fino a 36 euro al giorno in una fattoria orientata prevalentemente all'assistenza.

Comunque ci sono delle grandi differenze tra una fattoria e l'altra. Non c'è una relazione chiara tra l'intensità dell'assistenza e il compenso percepito; nella maggior parte dei casi è un risultato dell'accordo tra l'agricoltore e l'istituzione assistenziale. L'interesse dell'istituzione a cooperare con l'agricoltore determina il livello del compenso.

L'entrata potenziale annua varia dai 15.000 in una fattoria orientata all'agricoltura ai 120.000 euro in una fattoria orientata all'assistenza. Il contributo degli utenti alla produzione commerciale della fattoria è relativamente basso. Il reddito dato dall'assistenza in fattoria dipende soprattutto dal compenso pagato dall'istituzione assistenziale.

Le fattorie sociali possono offrire agli anziani importanti momenti di socializzazione. Gli anziani autosufficienti possono inoltre svolgere attività che contribuiscono a farli sentire utili: dar da mangiare agli animali, coltivare l'orto, ecc.

La promozione

Gli interlocutori delle nostre attività sono gli enti assistenziali: Asl, ospedali, case di riposo, centri per disabili, ecc.

Il contatto con gli enti assistenziali è quindi essenziale. È necessario proporre personalmente il programma dell'azienda alle direzioni degli enti assistenziali: Asl, ospedali, case di riposo, centri diurni per anziani, associazioni di famiglie, centri per disabili, cooperative sociali.

Molte istituzioni all'inizio possono mostrare qualche riserva, soprattutto per il timore che la fattoria diventi quasi un concorrente. Tali riserve si possono rimuovere sottolineando che la fattoria sociale intende offrire servizi diversi e aggiuntivi rispetto a quelli che l'istituzione può offrire ai propri ospiti. La comunicazione e i contatti personali sono molto importanti per il successo di un progetto aziendale. Può essere molto utile invitare i rappresentanti degli istituti a seguire il programma delle attività per un giorno.

L'articolo 15 della legge di orientamento permette di stipulare convenzioni con gli enti locali, con l'Asl e le cooperative di solidarietà sociale per erogare servizi alle persone e alle famiglie.

Non si tratta di perpetuare forme assistenzialistiche nelle campagne o di riproporre forme di assistenza totalizzanti ma, al contrario, di valorizzare il ruolo sociale della campagna di fronte ad una crisi sempre più grave della finanza pubblica che impone agli istituti assistenziali di ottimizzare risorse sempre più scarse.

I servizi delle fattorie sociali concorrono inoltre a migliorare l'offerta assistenziale complessiva degli istituti. È il caso, per esempio, degli ospiti dei centri diurni per anziani. Nelle case di riposo le giornate degli ospiti sono fortemente programmate; nella fattoria, invece, essi sono molto più liberi di fare ciò che amano fare, le attività sono suggerite dalla stagionalità e dalla organizzazione aziendale e gli ospiti fanno un lavoro vero: portano il letame fuori dalla stalla, danno da mangiare agli animali, coltivano l'orto, possono dire la loro in merito al lavoro.

Questo tipo di attività presenta straordinarie opportunità di crescita a condizione che si sappiano cogliere le nuove opportunità che derivano da una più ampia e diversificata domanda sociale. ❑

Da alcuni anni l'Università della Tuscia di Viterbo è impegnata nello sviluppo delle fattorie sociali

*Da alcuni anni il Dipartimento di economia agroforestale e dell'ambiente rurale dell'Università degli studi della Tuscia di Viterbo ha avviato, in collaborazione con altri dipartimenti della Facoltà di agraria, attività di ricerca e di formazione sul ruolo delle attività agricole nella terapia, nella riabilitazione e nell'integrazione lavorativa di soggetti svantaggiati. In questo ambito è stato attivato un sito internet (*www.agrietica.it*) che si propone di diventare un punto d'incontro virtuale nel vasto arcipelago di istituzioni, associazioni, organizzazioni, imprese, singoli che a vario titolo sono coinvolti in programmi e progetti nei quali vengono condotte attività di coltivazione delle piante, di allevamento, di selvicoltura, ecc. con il fine esplicito di generare benefici nei confronti di persone con bisogni speciali. L'Università della Tuscia ha istituito anche un master di primo livello in Agricoltura etico-sociale per la formazione degli operatori dei programmi di agricoltura sociale. Per informazioni sul master e sulle attività condotte in questo ambito dal gruppo di ricerca dell'Università della Tuscia si può contattare il prof. Saverio Senni, direttore del master (senni@unitus.it, tel. 0761 357274) oppure scrivere a: master.agrsociale@unitus.it.*

INDIRIZZI UTILI

Confederazione italiana agricoltori (Cia) - Via Mariano Fortuny, 20 - 00196 Roma - Tel. 06 32687516. Responsabile: Carla Donnini.

Provincia di Pordenone - Settore agricoltura aziende sperimentali dimostrative - Viale Martelli, 51 - 33170 Pordenone - Tel. 0434 229501. Responsabile: Sonia Venerus.

Regione Autonoma Valle d'Aosta - Località Lieu-dit Grande Charrière - 11020 Saint Christophe (Aosta). Tel. 0165 275260. Responsabile: Cristina Galliani.